

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

УДК 314:331(043)

На правах рукопису

ГЕССЕН АНАТОЛІЙ ЄВГЕНОВИЧ

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОГРАМ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ
ОЦІНКИ РІВНЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

ДИСЕРТАЦІЯ
на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Науковий керівник
Сазонець Ігор Леонідович
д.е.н., професор

Рівне – 2015

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОГРАМ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	12
1.1 Сутність та форми запровадження корпоративної соціальної відповідальності	12
1.2. Формування сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності	21
1.3. Розвиток та впровадження соціальних програм шляхом формування системи адміністративних послуг	38
Висновки до розділу 1	55
РОЗДІЛ 2 НАПРЯМИ І ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	58
2.1. Аналіз механізмів реалізації соціальних програм і їх фінансування на підприємствах	58
2.2. Перспективи і практика реалізації соціальної відповідальності в іноземних корпоративних моделях	92
2.3. Розробка методики проведення дослідження перспектив розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств	109
Висновки до розділу 2	122
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА НАПРЯМІВ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ МОДЕЛІ ЇЇ ОЦІНКИ	125
3.1. Особливість середовища і тенденції реалізації підприємствами соціальної відповідальності	125
3.2. Розробка рекомендацій вдосконалення механізму реалізації соціальної відповідальності підприємств	139
3.3. Реалізація принципів соціальної відповідальності в корпоративному секторі України засобами моделювання	150
Висновки до розділу 3	169
ВИСНОВКИ.....	171
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	176
ДОДАТКИ.....	190

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

АТ	– акціонерне товариство;
СЗ	– соціальні заходи;
СНД	– Союз незалежних держав;
СП	– соціальне партнерство;
СТВ	– соціально-трудові відносини;
EFQM	– European Foundation for Quality Management (європейська фундація якісного менеджменту);
GRI	– Global Reporting Initiative (Глобальна ініціатива по звітності);
ООН	– Організація Об'єднаних Націй;
TQM	– Total Quality Management (загальне управління якістю);
ВАТ	– відкрите акціонерне товариство;
ГСП	– група спеціальних програм;
грн	– гривня;
ДП	– дивідендна політика;
ЗАТ	– закрите акціонерне товариство;
КСВ	– корпоративна соціальна відповідальність;
КМУ	– Кабінет Міністрів України;
НСПП	– Національна служба примирення і посередництва;
НРСП	– Національна рада соціального партнерства;
УАЯ	– Українська асоціація якості;
УККСЗН	– Український координаційний комітет сприяння зайнятості населення;
ФОП	– фонд оплати праці;
ФДМ	– Фонд державного майна.

ВСТУП

Актуальність теми. Економічне середовище, в якому нині функціонують підприємства, суттєво впливає на умови праці і життя людей. Йдеться про участь капіталу в розвитку соціальної інфраструктури за місцем розташування суб'єктів господарювання, а також про їх соціальну відповідальність в місцевому, регіональному і національному масштабах.

Соціальна активність підприємств, як правило, розглядається у рамках доктрини «соціальної відповідальності бізнесу». Щодо великого бізнесу, використовується також інший термін – «корпоративна соціальна відповідальність». Оскільки в Україні соціальна активність характерна саме для великого корпоративного підприємництва, і підприємства є індикаторами розвитку економіки, то дослідження цих процесів набуває особливого значення.

Процеси соціального розвитку, корпоративного управління та соціальної ролі бізнесу в суспільстві набули широкого висвітлення у працях таких зарубіжних науковців, як: А. Александер, Е. Брігхем, Дж. Вебер, У. Гордон, Ф.Котлер [99], А. Кульман, М. Лі, М. Портер, Дж. Стігліц, А. Суботін, Дж.Фабоцці, М. Хартман, У. Шарп, Б. Шнейдер.

Існуючий у даний час механізм функціонування соціальних відносин не повною мірою відповідає вимогам часу, рівню розвитку продуктивних сил, класичним закордонним зразкам, у зв'язку з чим вітчизняні вчені приділяють особливу увагу даним питанням, а в містах Києві, Дніпропетровську, Харкові та Рівному склалися і ефективно функціонують потужні наукові школи.

Проблемам формування корпоративної соціальної відповідальності як елемента системи функціонування підприємств присвячено праці таких авторитетних учених-економістів, як: О.І. Амоша [2], С.І. Бандур [6], Я.Г.Берсуцький [7], І.А. Бланк [8], С.В. Рогачов [148], І.П. Тулєєв [174], Д.В.Задихайло [59], М.З. Згуровський [81], Н.І. Верхоглядова [10], Л.С.Головкова [40], В.А. Євтушевський [55], Н.А. Кричевський [101],

С.Е.Литовченко [113], В.В.Македон [115], М.В. Мельникова [116], С.Ю. Лукін [114], Г.О. Назарова [85], М.І. Небава [125], І.І. Павленко [131], А.С.Поважний [137], І.Л. Сазонець [153], М.А.Саприкіна [159], Е.И.Холостова [179], О.М. Ястремська [185].

Завдяки їх напрацюванням створено теоретичну базу соціальних складових корпоративного управління в Україні, розроблено практичні рекомендації, які справили значний вплив на відпрацьовування процедур корпоративної соціальної відповідальності на рівні окремих підприємств, регіонів та економіки України в цілому.

Суттєвий вклад у розробку теорії корпоративного управління з урахуванням зростання соціальних факторів діяльності суб'єктів господарювання здійснили В.В. Болюбаж [5], В.М. Гриньова [41], Б.М. Данилишин [42], Н.М.Деєва [47], Л.Є. Довгань [51], , І.В. Жиглей [58], Г.В.Козаченко [90], Є.М. Лібанова [111], Л.О.Лігоненко [112], Ф.Ю.Поклонський [138], Ю.Б. Порхнявий [139], П.І.Сокуренько [152], О.Б.Чернега [182].

Однак, багатогранність та актуальність теми зумовлює необхідність її подальшого дослідження і потребує детального аналізу питань соціальної спрямованості спільних напрямів діяльності підприємств, влади, профспілок та роботодавців України.

Зв'язок роботи з науковими планами і програмами. Дисертаційну роботу виконано відповідно до тематики науково-дослідної роботи кафедри менеджменту Дніпропетровської державної фінансової академії «Фінансово-економічні і організаційно-правові умови ефективного функціонування малого бізнесу в промисловому регіоні» (реєстраційний номер 0109U001344), у рамках якої автором здійснено аналіз світових моделей корпоративного управління та систематизовано підходи до оцінювання ефективності корпоративного сектору України з урахуванням вирішення нею соціальних завдань, науково-дослідної роботи кафедри менеджменту Дніпропетровської державної фінансової академії «Дослідження соціально-економічних проблем

промислового регіону» (реєстраційний номер 0109U1347), у рамках якої було здійснено дослідження напрямів розвитку системи корпоративної соціальної відповідальності в Україні на прикладі Дніпропетровської області.

Мета і задачі дослідження. Метою дисертаційної роботи є комплексне теоретико-методичне дослідження соціальних програм підприємств на основі оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності.

Відповідно до заявленої мети поставлено і вирішено такі завдання:

- обґрунтувати сутність та форми запровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах;
- дослідити процес формування сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах;
- уточнити значення корпоративної соціальної відповідальності в економічному механізмі діяльності підприємств;
- проаналізувати механізми реалізації соціальних програм та їх вплив на розвиток підприємств;
- оцінити перспективи і практику реалізації соціальної відповідальності в іноземних корпоративних моделях;
- розробити методику впровадження корпоративної соціальної відповідальності та провести дослідження перспектив розвитку соціальної відповідальності підприємств;
- виявити особливості середовища та надати оцінку рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємств;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення механізму формування соціальних програм підприємств;
- запропонувати підходи щодо реалізації принципів соціальної відповідальності в корпоративному секторі України.

Об'єктом дослідження є процес формування соціальних програм підприємств на основі оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти

підвищення дієвості соціальних програм підприємств в Україні за рахунок посилення системи корпоративної соціальної відповідальності.

Методи дослідження. В основу дослідження покладено концептуальні положення теорії корпоративного управління і світового економічного розвитку, закони діалектичної логіки, праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених щодо розвитку міжнародних корпоративних моделей та формування соціальної відповідальності підприємств за умов проведення ефективної політики.

Для досягнення поставленої мети використано діалектичний метод наукового пізнання та низку загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, взаємопов'язаних і послідовно застосованих відповідно до загальної логіки аналізу, а саме: теоретичного узагальнення (для висвітлення методичних основ формування системи корпоративного управління); аналізу і синтезу (для дослідження теоретичних передумов та практичних наслідків формування дивідендної політики); системного аналізу (для проведення аналізу системи соціального партнерства та соціальної відповідальності бізнесу); класифікаційно-аналітичний метод (для здійснення типізації підходів до формування соціальної відповідальності бізнесу за рекомендаціями та підходами міжнародних фондаций); метод програмно-цільового підходу (для розробки механізму управління дивідендною політикою підприємства).

Інформаційною базою дисертаційної роботи є Закони України, Укази Президента України, нормативні документи органів виконавчої влади України щодо регулювання діяльності у сфері корпоративного управління, офіційні дані Державної служби статистики України, ЄС, ОЕСР, Світового банку, інших міжнародних організацій і установ та результати власних досліджень автора.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в обґрунтуванні теоретичних і розробленні практичних рекомендацій щодо формування соціальних програм підприємств на основі оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності. Основні наукові результати, які характеризують

новизну виконаного дослідження, полягають у наступному:

удосконалено:

- наукові підходи до впровадження соціальних програм підприємств, які, на відміну від існуючих, базуються на використанні системно-динамічної моделі оцінки запровадження корпоративної соціальної відповідальності, що надає можливість реалізації дієвого механізму здійснення соціального інвестування;

- методичні положення, що дозволяють виявити перспективні напрями реалізації соціальних програм, серед яких, на відміну від існуючих, запропоновано розширення системи соціального будівництва для працівників підприємств, що дозволить підвищити корпоративну соціальну відповідальність підприємств як суб'єкта та об'єкта соціальних процесів;

- систему застосування підходів щодо реалізації принципів соціальної відповідальності в корпоративному секторі України, які, на відміну від існуючих, допускають їх реалізацію силами незначної кількості великих підприємств, що надає можливість створення державно-приватних партнерств з метою рішення соціальних проблем;

набули подальшого розвитку:

- методичні підходи до визначення особливостей сучасного економічного середовища функціонування підприємств, що базуються на виявленні тенденцій корпоративної соціальної відповідальності які, на відміну від існуючих, характеризуються високим податковим тиском та відсутністю методів регуляторного заохочення соціально відповідальних підприємств;

- характеристика сучасних форм запровадження корпоративної соціальної відповідальності основою якої, на відміну від існуючих та у відповідності до європейських стандартів, є система адміністративних і будівельних послуг, що дозволяє гарантувати зниження небезпеки втрат від соціальних ризиків;

- термінологічний апарат теорії корпоративної соціальної відповідальності як складової економічного механізму діяльності підприємств,

зокрема, подано авторське визначення поняття «соціальні інвестиції», що надає можливість розвитку людського потенціалу і внеску у формування громадянського суспільства через партнерські програми та проекти розвитку місцевого співтовариства;

– визначення місця та ролі корпоративної соціальної відповідальності в економіці підприємства що, на відміну від існуючих, базується на проведенні дослідження за авторською методикою, яка передбачає коректне формулювання запитань, використання відкритих і закритих запитань, пропорційних градацій у відповідях та ін.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що науково-методичні положення, висновки та рекомендації дисертаційної роботи слугують науковим підґрунтям розвитку моделі корпоративної соціальної відповідальності, яка склалася в Україні на рівні підприємств.

Окремі положення дисертації використано у практичній діяльності суб'єктів господарювання. Пропозиції з планування соціального та економічного впровадження схем соціальної відповідальності, розвитку її принципів для підвищення адаптивності і ефективності підприємницької системи – у Дніпропетровській торгово-промисловій палаті (довідка № 583/01-07 від 26.11.2014 р.); розроблений механізм соціальної орієнтації економіки підприємства – у ПАТ «Науково-виробниче об'єднання «Созидатель» (довідка № 0594-2011 від 07.06.2011 р.); пропозиції щодо розвитку соціальної сфери підприємства за рахунок створення спеціальних фондів прийнято до використання у ПФ «Акумулятор» (довідка № 758-10 від 14.04.2014 р.). Напрями впровадження соціальних програм, що базуються на використанні системно-динамічної моделі оцінки запровадження КСВ використано у ПП «Архітектурна майстерня Олексія Козолупа» (довідка № 5/4 від 01.11.2013 р.); пропозиції з планування соціального та економічного впровадження схем КСВ – у ТзОВ НВП «Хелг» (довідка № 27-5 від 13.06.2011 р.); запропонований механізм соціальної орієнтації підприємства, вирішення внутрішніх проблем, пов'язаних з функціонуванням трудового колективу, існуючою системою

формальних і неформальних відносин – у ПВТКП «Вагрі» (довідка № 14-27 від 13.12.2013 р.).

Результати досліджень теоретичного і прикладного характеру використовуються у навчальному процесі Дніпропетровської державної фінансової академії при підготовці навчальних планів та робочих програм, а також викладанні дисциплін «Корпоративна соціальна відповідальність», «Соціальна відповідальність» (довідка № 385-01 від 19.05.2014 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаним і завершеним науковим дослідженням. Наукові положення, висновки і рекомендації одержані автором самостійно. З наукових праць, опублікованих в дисертаційній роботі, використано лише ті ідеї і положення, які отримані автором особисто. Особистий внесок автора в роботи, опубліковані у співавторстві, конкретизовано у списку публікацій.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні положення та практичні результати дисертаційної роботи оприлюднено у виступах на таких науково-практичних конференціях:

– міжнародних: «Європейська інтеграція та перспективи розвитку економічного потенціалу України» (м. Дніпропетровськ, 2009 р.); «Фінансово-бюджетна політика в контексті соціально-економічного розвитку регіонів» (м.Дніпропетровськ, 2009 р., 2011 р.); «Проблеми та перспективи розвитку регіональної ринкової економіки» (м. Кременчук, 2010 р.); «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики» (м.Харків, 2011 р.); «Формування та реалізація пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку регіонів в умовах реформування системи державних фінансів» (м. Дніпропетровськ, 2012 р.); «Экономические исследования XXI века: теоретические и практические аспекты научного развития» (г. Санкт-Петербург, 2013 г.); «Фінансово-економічні чинники соціально-економічного розвитку країни та регіонів» (м. Дніпропетровськ, 2013 р.); «Управління соціальним-економічним розвитком країни та регіонів: соціальні, економічні та фінансові проблеми» (м. Дніпропетровськ, 2013 р.);

«Актуальні проблеми та шляхи забезпечення соціально-економічного розвитку країни та регіонів» (м. Дніпропетровськ, 2014 р.);

– всеукраїнських: «Проблеми розвитку сучасного суспільства: економіка, соціологія, філософія» (м. Дніпропетровськ, 2010 р.); «Фінансове забезпечення соціально-економічного розвитку суспільства» (м. Дніпропетровськ, 2012 р.); «Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіонів України» (м. Дніпропетровськ, 2009 р.); «Стратегії економічного розвитку країн в умовах глобалізації» (м. Дніпропетровськ, 2009р.); «Фінансова політика соціально-економічного розвитку регіонів України» (м. Дніпропетровськ, 2012 р.).

Публікації. За підсумками дисертації опубліковано 22 наукових праці загальним обсягом 5,39 друк. арк. (з них 4,93 друк. арк. належать особисто автору), в тому числі: 6 статей – у наукових фахових виданнях (2,86 друк. арк., з них 2,47 друк. арк. належать особисто автору), 1 стаття – у закордонному виданні (0,29 друк. арк.), 15 тез доповідей – у матеріалах науково-практичних конференцій (2,24 друк. арк., з них 2,17 друк. арк. належать особисто автору).

Структура й обсяг роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг дисертації становить 245 сторінок друкованого тексту (175 сторінок – основного), що містить 49 таблиць, 52 рисунки, список використаних джерел, який налічує 200 найменувань на 14 сторінках, та 9 додатків на 55 сторінках.

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОГРАМ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1.1 Сутність та форми запровадження корпоративної соціальної відповідальності

Сучасна економіка, динамічно розвиваючись, призводить до того, що компанії вимушені еволюціонувати, оскільки можуть залишитися за бортом прогресу і бізнесу. На початку XXI століття світ, що оточує підприємців, є досить хаотичний, йому бракує стабільності. Кожна організація створюється з відповідною метою і для досягнення поставлених завдань повинна показувати свої цілі не лише співробітникам, але і своїм клієнтам та партнерам.

«Будівельна організація – це відокремлена виробничо-господарська одиниця, основою якої є професійний трудовий колектив, здатний за допомогою наявних у його розпорядженні засобів виробництва виготовляти будівельну продукцію у вигляді будівельних споруд, будівельних робіт і послуг відповідного призначення, профілю та типу. Це певним чином організований колектив, який має свою індивідуальну виробничу структуру та встановлення управління» [7, с. 61].

Залежно від видів виконуваних робіт, будівельні організації ділять на загальнобудівельні та спеціалізовані. Загальнобудівельні організації ведуть широкий комплекс будівельно-монтажних робіт. Як правило, організації, які можна віднести до такого типу, виступають генеральним підрядником на будівництві.

Спеціалізованою вважається організація, яка здійснює роботи переважно одного профілю або напрямку. Будівельна організація, яка займається зведенням об'єктів для певних галузей народного господарства (військове будівництво, будівництво доріг, мостобудування, сільське будівництво тощо),

називається галузевою. Технологічний вид спеціалізації пов'язаний з виконанням окремих видів робіт: сантехнічних, земляних, оздоблювальних та ін. Існують також будівельні організації, спеціалізація яких – виготовлення будівельних матеріалів. Будівельні організації, що мають технологічну спеціалізацію, виступають, як правило, субпідрядником.

Переходячи до питання класифікації КСВ на будівельних підприємствах, необхідно зазначити, що їх різноманіття та різноплановість створюють певні труднощі для реалізації соціальних проектів. Спочатку це було виражено у створенні Групи спеціальних програм (ГСП) на національному рівні, при активній участі якої підприємства мали можливість створювали нові основи для професійного навчання молоді власними силами. А сама ГСП почала виступати посередником у розв'язанні конфліктних ситуацій. Її діяльність допомогла налагодити взаємодію з розрізненими компаніями і проводити тематичні конференції. Найголовнішою подією 80-х рр. стало скликання найбільшої асоціації для ініціатив в області КСВ – «Бізнес в співтоваристві». Діяльність цієї організації була направлена на стимулювання та створення державно-приватних партнерств, що дозволяло уряду займатися рішенням найгостріших соціальних проблем спільно з приватними підприємствами [46, с. 207].

Організації того періоду можна також класифікувати за організаційно-формальними критеріями та формами власності. За формою власності організації бувають: приватними, державними, муніципальними, змішаними. За організаційно-правовими формами виділяють: товариства (з різновидами), кооперативи, акціонерні товариства, залежні товариства, фонди, асоціації, установи, некомерційні партнерства і т.п.

До будівельних організацій некомерційного типу можна віднести саморегулюючу організацію будівництва, членами якої можуть стати як індивідуальні підприємці, так і юридичні особи, що здійснюють будівельні, ремонтні та реконструкційні роботи на різних типах будівельних об'єктів. Організація переслідує низку громадських цілей: збереження життя і здоров'я

людей, фізичної та юридичної власності, навколишньої природи, культурних цінностей, порушених в результаті будівельної діяльності, і водночас покликана стежити за дотриманням стандартів роботи будівельних кадрів. В даний час виникають нові організації подібного типу, поповнюючи реєстр саморегулюючих будівельних організацій. Їх взаємодія дозволяє максимально ефективно вирішувати проблеми, що виникають у різних сферах містобудування, реалізовувати цілі в сфері підвищення якості.

Будівельна галузь виконує одну із найважливіших соціальних функцій – забезпечує людей житлом. Існуючий в Україні попит на житло дозволяє будівельній галузі ефективно функціонувати, бути привабливим економічним об'єктом для інвесторів, створює підвищений попит на побудоване житло. Результат такого підвищеного попиту сприяє постійному зростанню цін на житло. Це призводить до того, що квартири в новобудовах стають, у свою чергу, ефективним інвестиційним інструментом, що дозволяє вберегти від знецінення великі грошові кошти: квартири купуються не тільки з метою проживання в них, але і для подальшого перепродажу, що ще більше підвищує попит на житло і провокує його подальше подорожчання.

Зворотня сторона активного функціонування будівельної галузі – постійна потреба в некваліфікованих робітниках. Будівельні компанії, вирішуючи свої проблеми за рахунок експлуатації низькокваліфікованих робітників з азійських країн СНД, не тільки не замислюються про їх долю, але і не розуміють тих негативних соціальних наслідків, до яких може призвести подібна політика у сфері використання трудових ресурсів. Така поведінка негативно впливає на імідж підприємства та економічний стан регіону, оскільки організація в своєму прагненні до зменшення витрат позбавляє місцевий ринок праці робочих місць.

При вивченні соціальних питань функціонування та управління будівельними організаціями, їх кадрового забезпечення та ефективності, величезну роль можуть зіграти знання, сформовані у межах управління, організації, соціальних взаємодій, конфліктів тощо. КСВ в будівельній сфері в

даний момент формується на стику різних галузевих і загально-соціологічних теорій; вивчає управлінські та організаційні процеси, які протікають в будівельній галузі, і розуміються як різні види співпраці, взаємодопомоги окремих людей і різних груп, представлених у будівельній галузі.

Існує багато тлумачень поняття корпоративна соціальна відповідальність.

В таблиці 1.1. наведено основні визначення та рівні КСВ.

Таблиця 1.1 – Визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність»

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)	
Це стиль ділової активності, прийнятий бізнесменами добровільно, який має значний вплив на процес прийняття стратегічних і тактичних рішень по розвитку бізнесу	Філософія і ідеологія компанії, очікування і норми, які лежать в основі відносин і взаємодій як усередині організації, так і за її межами
Добровільний внесок бізнесу у розвиток суспільства у соціальній, економічній, екологічних сферах, який виходить за межі оговореного законодавчого мінімуму	Філософія поведінки та концепція будівництва діловим суспільством, підприємствами основної та додаткової суспільно-активної діяльності
Базовий рівень КСВ	
Своєчасна оплата податків	Виплата заробітної плати
Розширення робочого штату	Надання нових робочих місць
Ефективність ведення основного бізнесу	Виготовлення якісної продукції
Надання якісних послуг для споживачів	Піклування про зростання прибутків своїх акціонерів
Другий рівень КСВ забезпечення працівників	
Адекватними умовами роботи	Адекватними умовами життя
Підвищення рівня кваліфікації	Будівництво житла
Розвиток соціальної сфери	Профілактичне лікування
Третій рівень КСВ вищий рівень відповідальності припускає добродійну діяльність	
Вирішення соціальних проблем суспільства	Розвиток гармонійних відносин з бізнес-партнерами
Фінансові та нефінансові інвестиції в розвиток суспільства	Впровадження програм та проектів розвитку суспільства

Досліджуючи різноманітність визначень корпоративної культури та її тлумачень, слід зазначити очевидні для них моменти, які є загальними. Так автори, які надають визначення даному поняттю опираються на основні припущення та правила, що є обов'язковими для дотримання кожним членом організації. Вищезазначені правила, як правило, формуються під впливом індивідуального бачення макроекономічного та мікроекономічного середовища організації і факторів впливу (природа, відносини, час, простір, робота і т. п.). Нерідко буває важко сформулювати це бачення стосовно організації [2, с. 205].

Багато економістів, ознайомившись із специфікою діяльності і місією некомерційних громадських організацій, прийшли до висновку, що інколи працівники, які там працюють, керівники і менеджери та ін., не отримуючи заробітну плату, не маючи економічного стимулювання, працюють з явним ентузіазмом, наполегливо і ефективно.

Кретьова А.В. пропонує розробити нову концепцію управління соціальним розвитком України, та зазначає, що спеціальним законодавством могли б бути встановлені нижні межі рівня соціальної захищеності громадян, названі інституціональні структури і фінансові джерела, що гарантують відповідність поточної ситуації в країні критеріям соціальної держави [100].

Сазонець О.М. надала висновки, що дослідження тенденцій соціальних відносин є загальною проблемою сучасної глобалістики та одночасно інтеграції України в глобальний світ, також потребує вирішення багатьох соціальних питань [157, с.86]. Наприклад, Лазоренко О.В. зауважує, що «оскільки людина є однією з найважливіших складових соціального капіталу підприємства, яке, у свою чергу, є соціально відповідальним перед працівниками, можна сказати, що його ефективне функціонування залежить від того, наскільки воно задовольняє потреби своїх працівників» [109, с. 93].

Данилишин Б.М. зауважив, що «зміни соціально-трудових відносин відбуваються в результаті перетворень у технологічній, організаційній, соціально-економічній структурі виробництва» [42, с 125].

Цей феномен зумовив вивчення даного некомерційного сегменту, на

підставі якого можна зробити висновок про те, що стимулом для персоналу виступають не комерційні цілі, а вищі цілі і місії, які служитимуть на благо суспільству, а це, в свою чергу, означає, що компанії повинні розробляти такі принципи, які позиціонуватимуть організацію як компанію, яка повинна служити тільки для кінцевої благородної мети на благо суспільству і всьому світу. Головна мотивація не в грошовому виразі, а в соціально-психологічній сфері, щоб підприємство не було просто предметом досягнення багатства і грошей. Воно не повинно мати лише комерційні цілі, а головні цілі повинні бути найвищого рівня і відповідати інтересам суспільства [51, с.81]. У зв'язку з цим, у місіях компаній слід виділити наступні напрями (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Основні напрями реалізації КСВ

№ п/п	Напрями	Обґрунтування
1	2	3
1.	<i>Служіння суспільству</i>	<ul style="list-style-type: none"> – забезпечення виробництва високоякісного житла; – забезпечення високоякісних послуг; – розширення ринку; – внесок для досягнення добробуту людей; – цілеспрямовані заходи з соціального захисту населення; – посилення соціальної допомоги соціально уразливим і малозабезпеченим групам населення.
2.	<i>Справедливість і чесність</i>	<ul style="list-style-type: none"> – чесність і справедливість в усіх ділових операціях і в особистих вчинках; – ухвалювання зважених рішень без упереджень; – соціальна справедливість, гуманізм; – відвертість (вільний вираз думок всіх груп, наявність «зворотного зв'язку» органів управління з масами).
3.	<i>Колективна праця на загальне благо</i>	<ul style="list-style-type: none"> – об'єднання здібностей для досягнення загальної мети на основі взаємної довіри; – демократизм (відкрите обговорення проектів крупних соціальнополітичних рішень, виявлення громадської думки з основних питань соціальних перетворень).

1	2	3
4.	<i>Постійне самовдосконалення</i>	<ul style="list-style-type: none"> – прагнення до поліпшення корпоративних і особистих результатів; – виконання місії підприємства; – безперервність, системність; – збалансованість цілей і можливостей реалізації соціальної відповідальності (як за часом, так і за ресурсами).
5.	<i>Ввічливість і покірливість</i>	<ul style="list-style-type: none"> – скромність і шанобливість; – підтримувати громадські потреби.
6.	<i>Дотримання природних законів</i>	<ul style="list-style-type: none"> – поліпшення навколишнього середовища; – слідування законам природи.
7.	<i>Справедливість</i>	<ul style="list-style-type: none"> – допомога тим, хто її потребує; – пожертвування церкві і бідним.

Специфіка застосування КСВ у будівельній сфері полягає в тому, що процеси взаємодії, які протікають в організаціях, вивчаються в соціальному контексті, у взаємозв'язку з виробничими процесами і суспільним середовищем. Досліджуючи виробничо-будівельні та організаційно-управлінські процеси і явища, в центр дослідження треба ставити працівника, особливості його поведінки, ставлення до організаційних і зовнішніх змін. Вагоме значення набувають також мотиви поведінки людини в конкретній організаційній ситуації, його потреби, інтереси, життєві орієнтації. Тому КСВ в будівельній сфері включає вивчення, оцінку і вдосконалення управлінських та організаційних процесів у будівельній галузі, що являє собою специфічну систему соціальних взаємодій індивідів і груп.

Така філософія не повинна містити суперечності між служінням суспільству і прагненням до прибутку стосовно умов конкурентного ринку, а питання про ступінь впливу корпоративної соціальної відповідальності на успіх фірми все ще залишається відкритим. Стає зрозумілим, що результати роботи підприємства залежать від взаємозв'язку між організаційною культурою та цінностями, які формуються на конкретному підприємстві. Так компанія, в якій ігнорують людину (будь-то постачальник, працівник чи споживач), скоріше за все далека від успіху [3, с. 282].

Організації, які успішно працюють на ринку і будують власну корпоративну культуру, мають можливість досягти позитивних результатів. Дана культура є унікальною для кожної організації і відрізняється залежно від підприємства. Вона генерує атмосферу ідентифікації для працівників організації, служить контролюючим механізмом, що формує відносини і поведінку працівників, створює прихильність цілям організації, укріплює соціальну стабільність [104, с.211].

Організації, які спираються на вимоги ринку і розробляють стратегії більш відповідні для динамічного оточення, припускають культуру, що ґрунтується на високій інтеграції, індивідуальних ініціативах, ризику, розв'язанні конфліктів і широкому горизонтальному спілкуванні [4, с. 70].

Корпоративна соціальна відповідальність перед суспільством являє собою приклад найбільш впливової духовної місії підприємства, яку воно обов'язково повинно враховувати при розробці своєї стратегії. Духовні принципи мають бути зрозумілими і достатньо прийнятними для стейкхолдерів, націлені на зменшення проблем з їх реалізацією в компанії.

Слід зауважити, що добродійність є невід'ємною частиною успішних підприємств. Будь-яка компанія – це частина суспільства, і тому складно заперечувати те, що існує взаємозв'язок між процвітанням організації і суспільства. Обидві сторони заінтересовані у розвитку контрагента.

Таким чином, існує можливість допомогти суспільству через вдосконалення власної діяльності, по-перше, – податками, які компанії платять в державну казну. «Тут думки підприємців розділяються. Одні вважають, що існуюча фіскальна система і так відбирає навіть ту частину доходів, яка повинна надходити на розвиток підприємств. Звідси всілякі ухилення і оптимізації, що мінімізують податкові відрахування. Інші упевнені, що необхідно розраховувати тільки на державу, яка шляхом бюджетних перерозподілів надасть допомогу тим, хто її потребує, зробивши суспільство благополучнішим і полегшивши підприємницьку діяльність. На думку інших – це нереально в державі, що розвивається, бюджетних коштів якої явно недостатньо. Тому відповідь здається очевидною –

підприємства повинні віддавати частину коштів суспільству через добродійність» [29, с. 223].

Місцеве співтовариство, членом якого є, в даному випадку компанія, складається з ряду взаємозв'язаних аудиторій, кожна з яких має власні життєві пріоритети. Якщо розглядати їх з погляду компанії – це засоби масової інформації, бізнес-середовище, громадські організації, населення, державні організації, акціонери /інвестори, персонал і партнери. Об'єднує всі ці аудиторії одне – бажання гармонійно співіснувати і мати можливість впливати на умови цього співіснування.

Під бізнес-середовищем в даному контексті розуміються ділові організації, тобто організації, що створюють в процесі своєї діяльності додаткову вартість в широкому розумінні цього слова (не тільки виробничі і торгові підприємства, але й освітні, культурні, лікарняні та інші інфраструктурні установи). Тобто, до них відносяться всі організації, що існують в суспільстві, окрім органів державного і регіонального управління. З боку суспільства – це, в першу чергу, державні структури і громадські організації. Під зовнішнім середовищем для цих двох сторін або, як сказано у визначенні, під умовами розумітиметься законодавча система і національна культура.

Таким чином, соціальна відповідальність підприємств багатогранна: відповідальність перед суспільством, споживачами, власним персоналом. Найважливішим показником соціальної відповідальності підприємства перед суспільством виступає добровільне використання частини отриманого прибутку на вирішення суспільних проблем та потреб. У розвинених країнах дуже широко поширені: добродійність, як турбота про малозахищені верстви населення та меценатство, як підтримка культури, Окремою категорією виступає спонсорство.

Проблеми і труднощі, з якими стикається суспільство, не повинні обходити стороною підприємства. Адже довготривалі перспективи майбутнього компанії безпосередньо пов'язані з перспективами розвитку суспільства, в якому вона працює. В даний час, одним з невід'ємних елементів діяльності підприємств є принцип соціальної відповідальності бізнесу (the Socially-Responsible Business

concept), ступінь соціальної спрямованості дій. XXI століття характеризується хаотичністю, непередбачуваністю і нестабільністю бізнес - середовища [11].

Основні завдання КСВ в будівельній сфері:

- вивчення реальних управлінських і організаційних фактів, у яких виявляються особливості взаємодії осіб, які організовують і беруть участь у соціально-виробничій діяльності галузі;
- виділення найбільш важливих і типових організаційно-управлінських процесів, які протікають в урбанізованому просторі і пов'язаних з проведенням містобудівних робіт [12].

Соціально відповідальні підприємства – це сформовані стійкі форми організації спільної діяльності людей, що регулюється різними законодавчими та соціальними нормами (у тому числі традиціями і звичаями), і спрямованої на задоволення найважливіших життєвих потреб суспільства або соціальних груп [102, с.179]. Значення КСВ в будівельній сфері полягає в тому, що вона впливає на формування середовища життєдіяльності через соціальні дії учасників виробничих відносин і їх наслідки.

1.2. Формування сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності

Соціально відповідальні підприємства – це сукупність осіб, зайнятих дозволеною та обмеженою соціальною діяльністю і забезпечують у процесі цієї діяльності задоволення суспільно значущої потреби. Таким чином, суспільство в особі державно-політичної або іншої суспільної влади дозволяє (узаконює) дану діяльність, оскільки вважає її результати корисними для суспільства та встановлює порядок відносин і дій, що виникають в ході її здійснення. На сьогодні зрозуміло, що соціальна відповідальність у вигляді соціального забезпечення робітників, їх захищеність і соціальний благоустрій стали фактором росту продуктивності праці та забезпечення стабільності. Як результат, соціальне

забезпечення дало можливість зросту виробництва, прибутків власників підприємств та збільшення дивідендів [111, 24].

Будівництво – це сфера, де здійснюються численні види виробничої діяльності, пов'язані з проведенням різних проектних, проектно-вишукувальних та будівельних робіт. Деякі з них, які носять санкціонований державою характер, виконуються будівельними організаціями у відповідності з певними приписами або стандартами, контролюються ззовні різними державними органами і службами, що відносяться до офіційних інститутів.

Найважливіші інститути будівництва функціонують у провідних галузях і секторах будівельної сфери: домобудівництві; виробництві будівельних матеріалів, виробів і конструкцій; будівництві цивільних і військових об'єктів; прокладанні комунальних мереж і т. п.

Основа їх діяльності – нормативно закріплений набір стійких виробничо-економічних відносин і зв'язків, що базуються на дотриманні технічних умов, екологічних вимог, правил техніки безпеки, правових (цивільно-правових, трудових норм і т.п.), встановлених державною владою.

«Серед причин, що спонукали великі компанії звернути пильнішу увагу на політику у взаєминах з суспільством, можна виділити також:

1. Тиск, що посилювався з боку держави, яка під тиском суспільства висунула жорсткіші стандарти у сфері трудового законодавства, охороні навколишнього середовища. В Україні роль держави була значно нижча, ніж в Західних країнах, проте і у вітчизняній економіці поступово посилювалися норми екологічної безпеки, ускладнювалося трудове право.

2. Тиск профспілок, перш за все у сфері охорони праці і в соціальній політиці.

3. Значно збільшений взаємозв'язок між громадською думкою і рівнем продажів. Відношення до того чи іншого товару або бренду визначалося тепер не тільки якістю самого товару, а й ефективністю реклами» [50, с.66].

На поведінку споживачів впливав також і загальний імідж компанії, зокрема, відповідальність її поведінки відносно партнерів, працівників, навколишнього

середовища, суспільства в цілому. Таким чином, підвищується соціальна відповідальність підприємств.

«Створене різноманіття форм власності і типів господарства, їх рухливість і гнучкість властиві сучасній економіці. Водночас роблять її здібною до швидких і ефективних перетворень, настільки необхідних для реалізації соціальних імперативів постіндустріалізму. Вони поєднуються зі зростаючою участю працівників в управлінні підприємством і розподілі прибутку, з колективними засобами трудової мотивації в рамках нових форм організації» [87, с.114].

Будівельні підприємства володіють матеріальною базою або засобами, необхідними для здійснення конкретної діяльності. Тому будівництво можна розглядати, з одного боку, як закріплену державою сукупність виробничо-економічних практик з безліччю нормативно регульованих правових відносин між її учасниками; з іншого, як простір, куди проникають і діють різні приватні, часом неформальні інститути, що поширюються разом з культурними навичками, з числа яких рекрутуються працівники будівельного комплексу [132,с.16].

У сучасному суспільстві, де склалися певні економічні тенденції, соціальний аспект в діяльності практично будь-якої крупної компанії, як в Україні, так і в інших країнах світу, стає все більш і більш пріоритетним. За рахунок спільної роботи комерційного, некомерційного і державного секторів вирішуються актуальні в даний час соціальні проблеми, розробляються різні соціальні програми, направлені на розвиток того або іншого регіону. Соціальна діяльність підприємств часто визначає стратегії розвитку компаній, впливає на розподіл грошових коштів і ресурсів в компаніях. Вона особливо важлива в країнах з перехідною економікою, оскільки там в наявності висока соціальна диференціація, і деякі регіони, в яких працюють ті чи інші компанії, дуже потребують додаткового розвитку і фінансування. Сучасні крупні підприємства можуть цілком забезпечити і реалізувати дані цілі [107, с.67].

Водночас в країнах зарубіжжя збільшилася увага до теми соціальної відповідальності підприємств, оскільки спостерігається стійка тенденція, що економічно нежиттєздатні організації не можуть бути соціально-відповідальними

в довгостроковому плані, так само як і підприємства, що не несуть соціальної відповідальності, не можуть стати життєздатними [117, с.93]. Можна стверджувати про те, що відбулися серйозні зміни в системі економічних відносин, зокрема зміна цінностей споживача під впливом розвитку Інтернет-технологій [128, с. 55].

Сьогодні можливо отримати абсолютно будь-яку інформацію про компанію, і сучасному ринку споживання далеко не байдуже, як підприємство поводить себе по відношенню до споживачів, постачальників і навколишнього середовища. Споживачі стали більш утвореними і вимогливими. Як результат, компанії стикаються на ринку з українською жорсткою конкуренцією, що вимагає значних витрат на розвиток маркетингу. Сучасна економічна ситуація унікальна за темпами появи нових і розширенням активності вже існуючих компаній, інтереси яких в значній мірі не співпадають з інтересами суспільства [133, с.182].

Слід відмітити, що при вивченні соціальної відповідальності бізнесу основна увага відводиться відповідальності підприємств. На це є безліч причин. Малі і середні підприємства, як правило, управляються їх власниками. Отже, повністю відображають етичні характеристики керівника, економічна діяльність якого повністю відображає поняття і норми свого особистого життя. Більш того, малий і середній бізнес не має в своєму розпорядженні такої значної кількості ресурсів, як корпорації, що здатні приносити як велику користь, так і велику шкоду. Досить велика кількість людей опиняється в залежності від крупних підприємств. В дану категорію потрапляють як працівники, так і багато міст, в яких компанії розміщують свої виробництва.

«Спочатку корпорація призначалася для вирішення сумісних проблем, виступала як інструмент самоврядування груп, зайнятих загальною діяльністю» [160, с.125]. Дж. Гелбрейт підкреслив: «Представлення корпорації лише як економічний інструмент означає повне нерозуміння значення соціальних змін за останні півстоліття» [48, с.292].

Виходячи із загальноприйнятих уявлень про підприємства, слід відмітити, що поведінка господарюючого суб'єкта розглядається як, «прагнення до багатства,

що супроводжується зростанням потреб». Як результат, «корпоративний бізнес став асоціюватися з безмежним егоїзмом, який утворив зрозумілу основу економізму. Масове виробництво більшості продуктів створює велику кількість відходів, часто токсичних» [183, с.140]. Влада корпорацій спричиняє за собою також і велику відповідальність. Діяльність і економічна місія корпорацій є фундаментальною для процвітання людства.

Підприємства розуміють, що в умовах жорсткої конкурентної боротьби легко втратити свої позиції. Отже, щоб привернути увагу покупця, їй необхідно запропонувати щось додаткове.

«У нових умовах підприємства не можуть працювати тільки як механізми для максимізації окремих економічних функцій. Їх цілі змінюються від одиничних до множинних не просто на рівні риторики або зв'язків з пресою, але і на рівні ідентичності і внутрішнього самовідчуття» [106, с.48]. Підприємства усвідомили, що розвиток їх бізнесу безпосередньо залежить від матеріальної забезпеченості покупця та його обізнаності і освіти. Саме тому вони почали робити акцент на повну інформованість та збільшення добробуту суспільства. Для забезпечення умов майбутнього існування і розвитку підприємства стали брати на себе «справедливу частку відповідальності» за соціальне поліпшення, в цілях зниження небезпеки втрат від соціальних ризиків.

«Стабільність населення і суспільства в цілому є основою ефективного функціонування підприємств, що обумовлює необхідність вироблення заходів і механізмів поліпшення стану біосфери, що дозволить забезпечити таку стійкість» [113, с.160].

Як результат, підприємства прагнуть будувати свої відносини з громадськістю, орієнтуючись на довгостроковий період, оскільки саме постійні споживачі і забезпечують стабільність бізнесу. Втрата постійних споживачів негайно позначається на об'ємі продажу. На Заході фраза «тому, що для отримання прибутку потрібно принести щастя клієнтові», перетворилася на розхожий штамп. По суті, це положення лежить в основі всієї системи відносин «виробник – споживач», соціальної відповідальності підприємств перед

споживачами. Сучасні компанії зосереджують свої зусилля на менеджменті відносин із споживачами, які будуються на принципі «переверненої піраміди»: керівництво виявляється внизу, а покупці вгорі, тим самим демонструються пріоритети і цілі компанії. В організації, орієнтованій на продаж, покупець вважається першою і головною особою, що діє. Тому, одним з найбільш важливих критеріїв процвітання і успіху компаній є висока якість взаємин зі своїми діловими партнерами, працівниками і клієнтами.

«Таким чином, підприємства як частина історично певного соціального і політико-культурного середовища, не можуть ігнорувати інтереси суспільства, а навпаки, повинні погоджувати з ним свої власні інтереси. Розвиток і поліпшення соціального середовища відповідають довгостроковим інтересам бізнесу і корпорацій», – за визначенням Ф. Шамхалова [129, с.9].

Аналізуючи ситуацію, що склалася в кінці XIX – початку XX століття, і досліджуючи економічні ефекти концепції соціальної відповідальності підприємств, слід відзначити особливості їх прояву у процесі реалізації. «Першою професійною групою, що побачила вигоди від застосування цієї концепції, були американські інженери, які, як відзначав американський історик Е. Лейтон-мол., вбачали в демонстрації «відчуття соціальної відповідальності» засіб підвищення соціального престижу своєї професії» [108, с.27]. «Примітно, що активними пропагандистами цієї концепції стали президент компанії «Дженерал електрик» Дж. Своуп, голова ради директорів тієї ж компанії О. Янг, президент компанії «Амерікен телефон энд телеграф» У. Джифффорд та ін.» [96, с.122].

Слід зазначити, що в середині 30-х років зародилися основні положення соціальної відповідальності підприємств як самостійної концепції. Їх засновниками виступають видатні вчені, як: А. Сміт [1], Дж. Бьюкенен [9], Дж.А. Гобсон [39], Дж. Гелбрейт [48], Дж. М. Кейнс [85], Г. Мюрдаль [123] та інші економісти, які займалися проблемами суспільства та аналізом його добробуту.

Економісти Ф. Берлі і Г. Минз провели дослідження «Сучасна корпорація і приватна власність», яке дістало великий резонанс та зіграло важливу роль в популяризації і розробці даної концепції. Ними була запропонована нова

концепція корпоративної системи, яка ґрунтується на забезпеченні виживання великих підприємств, що стали «абсолютно нейтральною технократією, яка врівноважує різноманіття потреб різних соціальних груп та закріплює частину потоку доходів за кожною із них на основі не приватної пожадливості, а суспільної політики» [188,с.56]. Праця американського економіста Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесу», яка побачила світ у 1953 р., справила великий вплив на формування та розповсюдження соціальної відповідальності як нової концепції, яка визначає соціальну відповідальність підприємств, як «обов'язок бізнесменів ухвалювати ті рішення і слідувати тим напрямам діяльності, які бажані з погляду цілей і цінностей суспільства» [44, с.64]. Дане формулювання визначає «ситуацію, згідно якої бізнес, крім дотримання законів і виробництва якісного продукту, а також виконання різних законних дій відповідно до цілей організації, добровільно бере на себе додаткові зобов'язання перед суспільством, вносить значний внесок до поліпшення якості життя людей» [134, с.199]. Багато підприємств розуміють, що соціальна діяльність надасть їм значно більше переваг в регіонах і, відповідно до цього, розглядають її вже як невід'ємну частину основної виробничої діяльності, важливу частину бізнес – стратегії, іноді навіть більшу, ніж будь-який інший аспект менеджменту. Представники сучасних крупних підприємств намагаються встановлювати гармонійні відносини із суспільством і піклуються про свою репутацію та імідж. Першорядним для компаній є правильне позиціонування себе в очах населення і держави: створити собі імідж соціально відповідальної, такої, що піклується про населення, екологію і навколишній світ компанії.

Визнання даної концепції вплинуло на формування наступних компонентів:

«1. Дотримання суспільного інтересу. В сучасному суспільстві проходження принципу особистої вигоди, що є основоположним в ринковій економіці, не обов'язково приводить до блага суспільства. У разі конфлікту, що виникає між приватним і суспільним благом, його вирішення на користь задоволення суспільних потреб є пріоритетним.

2. Співпраця урядових і приватних організацій. Добробут суспільства не

може забезпечити тільки уряд або тільки приватні організації, тому необхідно прагнути до консенсусу між державою і підприємствами, а також громадськими організаціями і асоціаціями дрібних і середніх підприємців.

3. Урівноваження конкуруючих інтересів і визначення пріоритетів, що враховують інтереси інвесторів, робітників, споживачів, постачальників, конкурентів, національних і місцевих суспільств та інших добровільних організацій і навіть неорганізованих груп» [96, с.228].

Сучасні теоретичні дослідження соціальної відповідальності багато уваги приділяють позиціям, які може займати організація, зважаючи на її зобов'язання перед суспільством. За основу береться загальна соціальна відповідальність компанії, визначувана відповідно до чотирьох критеріїв: економічною, юридичною, етичною і прийнятою на себе відповідальністю (поліпшення добробуту суспільства і якості життя), положення яких в загальній піраміді визначається їх відносною важливістю і частотою, з якою менеджери стикаються в кожній групі.

Організація може розміщуватися уздовж осі, що йде від нижчого до вищого ступеня соціальної відповідальності, і використовує певні типи дій:

1. Соціальна обструкція: Компанія, що знаходиться на цьому рівні, практично не робить або робить дуже мало для вирішення соціальних проблем і проблем навколишнього середовища. Коли вона переходить межі дозволеного в своїй професійній діяльності, типовою реакцією є заперечення і заховання своїх дій. Характерний тип дії – обструкція – означає: відмова компанії від всіх обов'язків. У випадку, якщо недобросовісні дії були відмічені, використовується тактика спростування доказів, що пред'являються, доводи про фальсифікацію доказів, перешкоди розслідуванню (якщо таке проводиться) [150].

2. Соціальні зобов'язання: Ця позиція включає дії організації, направлені на виконання обов'язків покладених законодавством, і нічого більш. Керівники в таких організаціях наполягають на тому, що їх справа – створювати прибуток. Такі організації, в основному, використовують тактику захисту. Вона припускає, що організація приймає на себе відповідальність за деякі помилки і упущення, але

ніяк не перешкоджає можливим розслідуванням. Менеджери, що користуються такою тактикою, вважають, що «такі речі трапляються, але винних в них немає».

3. Соціальний відгук: Для такої компанії характерне виконання не тільки юридичних і етичних вимог, але і добровільна участь в соціальних програмах. Хоча, іноді організацію необхідно переконати в цьому, сама вона не проявляє ініціативи в пошуку можливостей. Основний тип дій – пристосування – означає, що менеджмент несе соціальну відповідальність за дії організації, можливо, робить це, поступаючись зовнішньому тиску. Компанія, дотримуючись такої тактики, прагне виконувати свої економічні, юридичні і етичні обов'язки, і у разі тиску зовнішніх сил згортає піддану критиці діяльність.

4. Соціальний внесок: У цьому випадку компанія розглядає себе як відповідального члена суспільства і ініціативно шукає можливості внести свій внесок до розвитку суспільства. Дії цієї компанії частіше всього проактивні. Проактивні дії припускають, що компанія бере на себе ініціативу в соціальних питаннях, самостійно ідентифікує суспільні інтереси і діє, не чекаючи вказівок або тиску з боку заінтересованих груп [105, с.149].

Основний упор, коли говорять про проактивну соціальну відповідальність, роблять на, так звану, теорію вкладників, теорію “утримувачів участі”. Мова йде про те, що відбувається серйозний поворот від теорії власників акцій до теорії утримувачів участі. Під утримувачами участі розуміють перш за все споживачів, постачальників, державу, навколишнє середовище, ті місцевості, в яких дані підприємства проводять свою діяльність. Відповідно змінюється визначення соціального контракту. Соціальний контракт має більше охоплення зацікавлених сторін, яке не обмежується тільки власниками підприємства та найманими робітниками, але включає в себе всіх стейкхолдерів (вкладників, акціонерів тощо), які мають прямий або непрямий вплив на бізнес.

Підприємства – це важливі елементи нашого суспільства, тому мораль та її норми також управляють їх поведінкою. Вони, подібно до індивідуальних членів суспільства, діють соціально відповідальним чином і сприяють зміцненню моральної основи суспільства. Більш того, оскільки всі випадки життя не можуть

бути охопленими законами, підприємства, щоб підтримувати суспільство, виходять з відповідальної поведінки, яка заснована на законності і впорядкованості [83, с. 142].

Таким чином, слід зазначити, що підприємство є частиною суспільства і формує до нього специфічне відношення з урахуванням тих концепцій соціальної відповідальності, які запроваджені в організації, та націлені на сталий розвиток суспільної системи і відповідності її інтересів.

Професор університету Аризони К. Девіс вважав, що «суть соціальної відповідальності витікає із заклопотаності представників бізнесу етичними наслідками своїх дій в тій мірі, в якій вони можуть впливати на інтереси інших». І далі: «Нові умови означають, що корпораціям доведеться подумати про те, як ефективно проводити соціальні цінності разом з економічними цінностями. Суспільство не відкидає ідею прибутку, але розширює це поняття, включаючи в нього як соціальний, так і економічний прибуток». Під поняттям «соціальна відповідальність» К. Девіс стверджував, що «приватні організації здійснюють свої дії, несучи за них відповідальність перед суспільством. У даному контексті він надавав перевагу поняттям «соціально відповідальний бізнес» і «соціальний капіталізм» [38, с.56].

Поведінка підприємств у відповідності з законодавством не враховує соціальну відповідальність тому, що «не всі системні дії ділових рішень враховуються законом». Соціальна відповідальність націлена на «визнання фірмою соціальних зобов'язань за рамками вимог закону разом із зобов'язаннями, позначеними в законі» і має прояв в тому, що «пропонує керівництво в соціальній області замість того, щоб просто відповідати на очікування суспільства... взаємодіє з суспільством і допомагає йому ухвалити соціальні рішення, сприяючи цьому своїми особливими здібностями і знаннями... є активним учасником, а не пасивним респондентом... аналізує системні дії і виступає ініціатором дій, що коректуються, перш, ніж з'являються серйозні проблеми». [86 с. 35] Враховуючи наведені міркування і доводи, К. Девіс сформулював своєрідний «залізний закон відповідальності», суть якого відображає наступна теза: «Кінець кінцем ті, хто

використовує владу не таким шляхом, який суспільство вважає відповідальним, можуть втратити її» [86 с. 35].

Наукову концепцію взаємозалежності економічних та соціальних процесів обґрунтувала професор Павленко І.І., яка спиралася на підходи щодо виявлення основних напрямів розвитку міжнародних інвестицій та їх практичну реалізацію в діяльності вітчизняних підприємств [131].

Сучасні концепції та приклади економічних передумов політики соціального партнерства з точки зору аналізу міжнародного досвіду досліджував І.Л. Сазонець. Визначаючи загальні напрями соціально-трудова відносин в сучасних ТНК, автор виділив три головних аспекти їх діяльності:

- сутність та особливості розвитку соціального партнерства;
- соціальна відповідальність ТНК;
- дослідження і формування моделі соціального партнерства в діяльності ТНК [151].

Отже, місце і роль підприємства в сучасному суспільстві безпосередньо залежить від рівня соціальної відповідальності та знаходиться в прямій залежності від рівня її організаційної культури.

Компанія, яка добилася пошани в суспільстві, може розраховувати на те, що кожен окремий його член при покупці товару або послуги віддасть перевагу саме їй. Принаймні, за інших рівних умов. Бізнес, який будується серйозно і надовго, просто зобов'язаний з цим вважатися. Цей принцип, у свою чергу, приводить до того, що підприємства зазнають значну трансформацію соціальної поведінки. Тим самим підвищується їх соціальна відповідальність [13, с.129].

Позитивні відносини зі всіма, хто так чи інакше пов'язаний з підприємством, дуже важливі як для сучасного, так і для будь-якого майбутнього бізнесу.

Різноманіття бізнесу, з урахуванням рухливості і гнучкості властивій сучасній економіці, ставлять їх перед необхідністю бути здібними до швидких і ефективних перетворень, таких необхідних для реалізації соціальних імперативів постіндустріалізму. «Вони поєднуються з участю, що росте, працівників в управлінні підприємством і розподілі прибутку, з колективними способами

трудової мотивації в рамках нових форм організації, з різними формами співпраці з підприємцями, власниками підприємств, адміністрацією, владними структурами, споживачами, місцевими співтовариствами, різними суспільними інститутами» [15, с.445]. Підприємство несе соціальну відповідальність, перш за все перед тією общиною, на території якої воно функціонує, і платить податки, які йдуть на підтримку шкіл, лікарень, поліпшення доріг і т.п. Більшість компаній прагнуть бути хорошими громадянами в своїх общинах.

Але там, де немає належної уваги персоналу, там немає і великих успіхів. У такій організації працівники стають пасивно-агресивними. Вони пасивно сприймають завдання, що стоять перед організацією, і ця пасивність нерідко призводить до агресивної поведінки, зниження трудової дисципліни, зростання числа нез'явлень на роботу, падіння трудового інтересу, відсутністю лояльності до організації, погіршення трудової моралі та ін. Психологічний настрій такого працівника виражається однією фразою: «Якщо компанія не піклується про мене, чому я повинен піклуватися про неї?» [15, с.445].

Щонайпершою відповідальністю організації є створення робочих місць. Забезпечення людей роботою і створення умов, щоб насолоджуватися плодами своєї праці, – це те прекрасне, що підприємство може зробити для суспільства. Окрім того, працедавці повинні забезпечити сприятливий робочий простір, вільний від усіх форм дискримінації і, по можливості, безпеку робочого місця.

«Загальна формула співпраці – соціальне партнерство, в якому беруть участь підприємці і їх об'єднання, працівники та їх організації, представники державних органів, різних інститутів цивільного суспільства» [18, с.288].

Поняття соціальної відповідальності ґрунтується на тому, що організації, особливо комерційного плану, несуть на собі обов'язок поклопотатися про всіх людей, які мають до них відношення, тобто співтовариства в якому існує даний бізнес. Можна сказати, що це свого роду соціальна угода між громадськістю і підприємством, направлена на благо всього суспільства [159, с.247].

«Використання в стратегічних планах розвитку принципів соціальної відповідальності підвищує адаптивність і ефективність підприємницької системи.

Реалізація цих принципів також сприяє легітимізації діяльності підприємницьких структур в очах громадськості. У довгостроковому плані соціальна відповідальність служить умовою економічної ефективності. Вона впливає на ступінь довіри споживачів до продукції, що виробляється даним підприємством, і відповідно на курс акцій. Іншими словами, в кінці XX століття вирішення соціальних проблем стає прибутковою справою» [120, с.115].

Виділяють три напрями для визначення вітчизняної корпоративної соціальної відповідальності:

1. Бізнес платить податки в повному обсязі і легально, тим самим кошти надходять до бюджету, звідки розподіляються на ті ж самі соціальні програми.

2. Соціально-відповідальні підприємства повинні платити економічно обґрунтовану зарплату. Загальновідомо, що у теперешній час підприємства намагаються економити на заробітній платі робітників, вважаючи її нахшталт витрат. З одного боку, – це так, але з іншого – підприємства повинні зрозуміти, що робітник, який має великий прибуток, може дозволити собі не тільки заощаджувати гроші, але й збільшити витрати на самоосвіту, розвиток культури та збереження свого здоров'я. Тобто, працівник витратить гроші на підготовку себе і своєї сім'ї до теперішнього і майбутнього трудового життя, адже в Україні гостро не вистачає кваліфікованих кадрів. З цієї точки зору, зарплата позиціонується як інвестиційні внески в людський капітал, а не як витрати для працедавця.

3. Соціально-відповідальні підприємства на добровільній основі займаються добродійністю. Для підприємств це дуже вигідно, оскільки виступає як витрати на створення і формування репутації, що коштує великі гроші, за умов залучення спеціалістів з PR. З одного боку, потенційний інвестор має більше довіри, якщо підприємство постійно реалізує соціальні програми, особливу довіру викликають їх масштабність та капіталоемкість. Соціальна діяльність дозволяє організації бути впізнаними в суспільстві, позиціонувати себе, безпосередньо, як його частина, а не лише як суб'єкт, пов'язаний з виробництвом. Така стратегія дозволяє показати, що підприємство є відкритим до співпраці членом суспільства, оскільки націлене на проблемі соціуму, а не зосереджене лише на внутрішніх проблемах [184, с.158].

На даний момент в міжнародній практиці не існує єдиного загальноприйнятого визначення соціальної відповідальності підприємств і, певно, не може бути, оскільки йдеться про системний підхід до комплексної проблеми.

Одне з визначень надає наступне тлумачення поняття корпоративна соціальна відповідальність – «це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство» [84, с.41].

Світова Рада Компаній зі Сталого Розвитку визначає корпоративну соціальну відповідальність як «довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників і їх родин, громади й суспільства загалом» [12].

Визначення Організації Економічної Співпраці та Розвитку (ОЕСР) розкриває суть КСВ як сталий розвиток, який передбачає збалансованість економічних, екологічних і соціальних цілей суспільства, а також їх інтеграцію у взаємовигідні приписи та підходи.

Корпоративна соціальна відповідальність – це постійна прихильність підприємств вести справи на основах етики і вносити свій внесок до економічного розвитку суспільства, водночас, покращуючи якість життя своїх працівників і їх сімей [11].

«Green paper» Європейського союзу визначає корпоративну відповідальність як «концепцію в рамках якої компанії на добровільній основі інтегрують соціальну і екологічну політику в бізнес операції, їх взаємовідношення зі всім кругом, пов'язаних із компанією організацій і людей». [194] Більша частина країн Євросоюзу орієнтовані саме на таке тлумачення.

Аналізуючи відомості, що є в літературі, можна зробити висновок, що соціальна відповідальність підприємств перед суспільством визначається як поведінкова філософія. Однак, слід зазначити наступні напрямки побудови концепції для організацій, підприємств у своїй діяльності:

1. Дотримання вимог екологічного, податкового, трудового і т. п. кодексів.
2. Виплата легальної зарплати, зменшення безробіття шляхом створення робочих місць, розвиток людського потенціалу, залучення інвестицій.

3. Виробництво для споживачів якісної продукції і послуг.

4. Раціональне ведення ділової практики, з метою орієнтованості на підвищення дивідендів за акціями компанії, та створення доданої економічної вартості.

5. Облік загальноприйнятих норм і правил при веденні практики з урахуванням етичної поведінки та очікувань громадськості.

6. Формування культури суспільства шляхом впровадження партнерських програм та реалізацію проектів з розвитку місцевого співтовариства.

У цьому розширеному визначенні слід звернути увагу на те, що більшість відмічених напрямів, при впровадженні підприємницької діяльності, орієнтовані на юридичні закони, етичні норми та економічні принципи як основи ведення бізнесу. «Соціальна складова представлена в даному визначенні через інвестиції в розвиток людського потенціалу і внесок у формування цивільного суспільства через партнерські програми та проекти розвитку місцевого співтовариства» [15, 446].

Згідно визначенню економістів, корпоративна соціальна відповідальність – це добровільний внесок підприємств в розвиток суспільства в економічній, соціальній та екологічній сферах, який пов'язаний з основною діяльністю підприємства і виходить за визначені законом межі [174, с.88].

Примітне визначення Х. Гордона Фіта [191, с. 40], в якому корпоративна соціальна відповідальність трактується як серйозна спроба вирішити соціальні проблеми, викликані повністю або частково діями підприємства. Подібне несподіване застосування цього терміну відкриває новий ракурс на тему корпоративної соціальної відповідальності. Наприклад, на Заході проблеми соціальної відповідальності підприємств ініціюються самим суспільством, людьми. Люди піднімають певні проблеми і говорять про них.

В Україні ситуація має певну специфіку. Так, для деяких вітчизняних компаній тема корпоративної соціальної відповідальності спочатку присутня в повістці, а не виникає за ініціативою суспільства або держави. «Це, в першу чергу, компанії, які сформувалися на базі радянських підприємств, яким дісталася в

«спадок» необхідність підтримувати соціальну інфраструктуру цілих населених пунктів. З іншого боку, нерідко зустрічаються компанії, які намагаються прикрити свої неетичні дії через демонстрацію своїх досягнень, наприклад, в добродійності. Одночасно з цим росте кількість компаній, для яких дотримання певних принципів «життя в суспільстві» є нормою» [15, с.445].

Необхідно розуміти, що сьогодні суспільство чекає активної позиції компаній, понад мінімального і обов'язкового набору вимог. Це спонукає підприємства накладати на себе самотійно роботу з виконання вимог стейкхолдерів. Підприємство, наприклад, в очікуванні акціонерів прагне підвищувати свою ефективність та прибутковість. Останні – закріплені законом, зокрема, сплата податків. Ймовірно, підприємствам необхідне розуміння того, що у суспільства є додаткові очікування від них. Слід відмітити, що ці очікування далеко не завжди носять тільки фінансовий характер. «Часто суспільству не вистачає інформації про те, наприклад, які принципи застосовує компанія на практиці відносно свого персоналу, контролю якості продукції, впливу на екологію, участі в житті місцевих співтовариств» [15, с.446].

«Таким чином, слід говорити про те, що у кожної компанії існують свої завдання, з якими компанія працює тими або іншими методами і, природно, зачіпає інтереси суспільства. Те, яким чином компанія розуміє свою соціальну роль і свій внесок в розвиток суспільства понад обов'язковий і закріплений законами мінімум, і є основна інформація для початку діалогу з суспільством» [52, с.54]. В даний час все більше компаній по всьому світу, разом з річними звітами, публікують інформацію про екологічні аспекти своєї діяльності і про те, як діяльність компанії робить внесок в розвиток суспільства.

Не дивлячись на те, що з визначенням предмету соціальної відповідальності підприємств сьогодні згодна більшість дослідників, вони розходяться головним чином у тому, якою мірою кожна із сторін повинна брати участь в досліджуваному процесі. Всіх їх можна було б розділити на дві групи:

Перша – в максимальному ступені покладає відповідальність за розвиток суспільства на підприємство. За даними дослідження ФОМ цієї думки

дотримуються близько 80% респондентів, що мають уявлення про соціальну відповідальність [47, с.182]. У прихильників даної позиції не згадується про іншого суб'єкта відносин, тобто, суспільства і держави та їх відповідальності перед бізнесом. Мова йде про всесвітню підтримку з боку державних і суспільних структур розвитку всіх видів бізнесу, як від дрібного так і до великого. Цілком зрозуміло, що прихильниками даної групи найчастіше виступають функціонери державних установ і громадських організацій.

Друга група дослідників, навпаки, визнає необхідність накладення на підприємства соціальної відповідальності тільки після того, як в суспільстві будуть створені всі необхідні для цього умови. Дана незначна за чисельністю група (20% респондентів з числа тих, що орієнтуються в проблемах соціальної відповідальності підприємств) складається з представників самого бізнесу або його інститутів, що цілком зрозуміло. Так Голова Фонду аналітичних програм «Експертиза» М. Урнов відзначив: «... бізнес на сьогоднішній день знаходиться в достатньо складній ситуації, не завжди дружній, деколи дуже ворожою, і з боку держави, і з боку суспільства. Очікування тим більше агресивні, чим більш процвітає бізнес. Це наша реальність» [80, с.20]. Дослідником Н. А. Кричевським був представлений альтернативний варіант розвитку соціальної моделі, в якому «бізнес виступає рівноправним партнером держави, а вона, у свою чергу, є гарантом прозорості правил гри на ринку соціальних послуг» [98]. Саме ця відмінність в підходах і поглядах на проблему предмету соціальної відповідальності підприємств породжує різні погляди на зміст даних відносин.

Основною складовою визначення корпоративної соціальної відповідальності є добровільний внесок приватного сектора в суспільний розвиток через механізм соціальних інвестицій [115, с.60].

«Соціальні інвестиції підприємств – це матеріальні, технологічні, управлінські та інші ресурси, а також фінансові кошти компаній, що направляються за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених з урахуванням інтересів основних внутрішніх і зовнішніх заінтересованих сторін, в припущенні, що в стратегічному відношенні компанією

буде отриманий (хоч і не завжди, і не просто вимірюваний) соціальний і економічний ефект» [103, с.137].

«Обміркування дійсності з системних позицій виходить з припущення про те, що суспільство як складна органічна система, складається з великої кількості специфічних взаємно обумовлених причинно-наслідковими зв'язками елементів. Робота всіх елементів системи підпорядкована глобальній меті, а різні комбінації елементів системи направлені на досягнення специфічних завдань» [53, с.9].

В цілому, будівництво задовольняє потреби не тільки громадян і держави, але й різних галузей економіки. Розвиток будь-якого іншого економічного сектора залежить від обсягу потужностей і технічних можливостей будівельної галузі. Необхідність такого підходу до просування компаній викликана, в першу чергу, складністю промислової продукції, яка ускладнює створення привабливого іміджу і репутації в очах аудиторій, що не мають прямого відношення до її використання. В результаті комплексного підходу до просування компанії – члена місцевого співтовариства, створюється позитивна репутація підприємства і потенційний споживач автоматично переходить на її продукцію, а потреба в постійному роз'ясненні технічних особливостей цієї продукції відпадає.

1.3. Розвиток та впровадження соціальних програм шляхом формування системи адміністративних послуг

Радикальні соціальні наслідки реформ, що відбуваються в економіці, в житті переважної частини населення, виразилися в погіршенні рівня і зниженні його якісних параметрів. Перетворення соціальної сфери, що активно здійснюються, направлені на подолання цих наслідків і призвели до того, що аспекти соціальної відповідальності в даний час стали ключові, та перетворилися на предмет гострих політичних, наукових, ідеологічних дискусій.

Актуалізація проблематики соціальних програм є невід'ємною частиною довгострокової стратегії розвитку підприємства і головним напрямом останніх

років для соціально-управлінської практики і вітчизняної науки.

Соціальна програма – комплекс узгоджених заходів за цілями, строками, ресурсами і виконавцями у масштабах визначеної території та галузі соціальної сфери, що спрямовані на вирішення комплексу соціальних проблем. Як правило, соціальний та соціально-економічний ефект соціальних програм виражається в підвищенні якості життя громадян і суспільства в цілому [135, с.191].

Соціальна відповідальність, таким чином, асоціюється з реалізацією соціальних програм компанії в декількох напрямках і торкається інтересів багатьох стейкхолдерів.

Передусім це відповідальне ставлення до держави, що реалізується через прозору систему функціонування підприємства, виконання всіх вимог чинного законодавства, своєчасну сплату податків, надання у повному обсязі всієї необхідної фінансової інформації.

Об'єктом особливого соціального піклування підприємства є його працівники як основний нематеріальний актив та рушій розвитку організації, забезпечення безпечних і максимально комфортних умов праці, створення умов для професійного росту та особистого розвитку, повноцінного відпочинку, намагання підтримати сталий розвиток громади.

Дані дискусії ускладнюються відсутністю єдиних концептуальних рамок і теоретико-методологічних підстав розгляду проблеми, що підсилює необхідність і важливість теоретичного пошуку конструктивних напрямів.

За умови реалізації соціальних програм встає проблема спільного фінансування проектів соціального інвестування в розвинених країнах. Підприємства виділяють кошти на реалізацію цих проектів без залучення бюджетних ресурсів. Це дозволяє вирішувати питання поліпшення екологічного стану міст, їх санітарної очистки, окремі питання органів самоорганізації населення, об'єднань багатоповерхових будинків, дворів, мікрорайонів тощо.

Будівельні підприємства нагадують собою мозаїчну картину, складену з різних місць, народів, культур, звичаїв, законів, вдач, процесів, процедур і етичних систем. Але треба зазначити, що до будівельних організацій належать

підприємства, у яких відповідно до КВЕД, основним видом економічної діяльності є "Будівництво", а саме: будівництво будівель та споруд, оренда будівельної техніки з оператором, підготовка ділянок будівництва, установлення будівель інженерного устаткування та споруд, роботи з завершення будівництва. Перелік і види послуг, що надаються підприємствами наведено у Додатку А.

Також слід зазначити, що концепція соціально відповідальної поведінки підприємств давно перейшла з розряду теоретичних обґрунтувань в розряд методичних дій, здійснюваних представниками ділових кіл. «Причинами цього послужив розвиток тенденцій, як: зниження ролі держави в соціальній сфері, збільшення вимогливості з боку споживачів до діяльності компаній, розподіл відповідальності між партнерами і збільшені вимоги, у тому числі соціальні, з боку інвесторів. Соціальна відповідальна поведінка не вимагає радикального розриву із звичайними формами корпоративної діяльності» [112, с.17]. Розглянемо корпоративні та державні програми з розвитку будівельних послуг, які представлені на рисунку 1.1.

Таким чином, проблеми ринкової перебудови житлового будівництва в Україні є надзвичайно гострими та актуальними. «Їх розв'язання стане реальним за умови наявності нормативно-правової бази, яка б стимулювала роботу всіх сфер і галузей будівельного комплексу, а також запровадження принципово нового інвестиційного механізму, що забезпечував би надходження до даної сфери економіки коштів з різноманітних джерел фінансування: державних, приватних, комерційних, іноземних» [54].

Метою соціальних програми є стимулювання ініціатив, об'єднання зусиль, узгодження та координація заходів і дій, проектів і планів, ініціатив з боку органів місцевого самоврядування і громадських організацій, представників бізнесу, цільових наукових та освітніх організацій з метою вирішення пріоритетних соціальних проблем на місцевому рівні [95, с. 12].

Виділяють основні завдання соціальних програм:

- впровадження механізму участі громадських організацій та благодійних фондів при вирішенні пріоритетних проблем міста;



Рисунок 1.1 – Види та напрями впровадження будівельних послуг за видами ринкових суб'єктів

- проведення конкурсного відбору проектів некомерційних організацій, спрямованих на вирішення пріоритетних проблем, що будуть реалізовуватись із застосуванням механізмів соціального замовлення;

- проведення моніторингу ефективності реалізації соціальних проектів, спрямованих на покращання ситуації певної цільової групи [97, с. 28].

Потреба в житлі – одна з найбільш фундаментальних суспільних потреб, яку задовольняють будівельні організації. Так, житлове будівництво – це одна з найбільш динамічних галузей не тільки будівельної галузі, але й економіки, особливо, якщо виходити із значень окремих економічних показників його досягнень: темпів зростання реальних обсягів виробництва, номінальної частки в структурі ВВП і т.п. Житлове будівництво забезпечує значний відсоток щорічного приросту промислового виробництва і валового внутрішнього продукту як у фізичному, так і в грошовому вираженні.

Діючі на основі легального статусу будівельні організації, крім основної виробничої функції, виконують ряд інших суспільних функцій: економічну, комунікативну, соціальну, культурну і т.п.

Розвиток соціальних програм з будівництва житла є одним із засобів поліпшення складної ситуації в Україні. Вирішення житлових проблем окремих категорій громадян, перед якими держава має певні зобов'язання, є прерогативою місцевих виконавчих органів. Будівництво доступного житла за рахунок державних коштів на даний час майже зупинено. Для реалізації цієї програми державою повинні бути створені умови, що забезпечують взаємодію з будівельними підприємствами для будівництва недорогого і доступного житла для середнього класу. Вартість такого житла повина буди у межах мінімальної вартості та не перевищувати опосередкованість спорудження. «При реалізації процесів житлового будівництва, необхідно запровадити певний комплекс заходів. Для цього місцеві виконавчі органи повинні:

- розробити генеральні плани забудови обласних центрів з урахуванням планового будівництва житла;

- виділити земельні ділянки під планову майбутню забудову в рамках

генпланів, що розробляються, з урахуванням прив'язки до мережі інженерних комунікацій. У будівельній галузі держава повинна мотивувати будівельні організації, щоб вони виконували програми соціально-економічного розвитку і досягали індикаторів, закладених в індикативному плані будівельної галузі. Для цього можна використати низку мотиваційних заходів, які оформляють угодами між органами державної влади та будівельними організаціями:

- продаж землі під будівництво;
- зменшення податкової ставки;
- отримання кредиту за вигідною для організації ставкою;
- державні замовлення на будівництво» [137].

Організації, що займаються зведенням житла, виконують важливі соціальні функції: вирішують житлову проблему в суспільстві, забезпечують роботою велику кількість людей.

Домобудівний цикл досить складний і вимагає залучення працівників різних професій, кваліфікації та різного культурного рівня розвитку. Престижна будівельна фірма, особливо її управлінська ланка, може розглядатися як «соціальний ліфт», що забезпечує зростання професійної кар'єри і підвищує престиж управлінського працівника.

Будівельний сектор поповнює ряди «білих комірців», оскільки сучасну компанію вже неможливо уявити без солідного штату консультантів, економістів, юристів та інших категорій офісних працівників.

Будівельні організації – це підрядники, які безпосередньо здійснюють будівництво замовлених будівель за розробленими проектами. Будівельні підприємства – це інвестори, першочергове завдання яких – інвестування коштів у реалізацію різних проектів. Будівельні організації також можна ділити за строками здійснення їх діяльності на організації, які займаються:

- довгостроковим будівництвом (великим промисловим і цивільним будівництвом);
- короткостроковим будівництвом (котеджні селища, дачні будинки).

Існує ряд характеристик організацій, розгляд яких дозволяє судити про їх

будову та структуру. Ці характеристики називаються структурними. На їх основі будь-якій організації можна дати певну зовнішню оцінку.

До основних структурних характеристик організацій зазвичай відносять: складність, професіоналізм, спеціалізацію, централізацію, розмір.

До обсягу будівельних робіт враховується: вартість монтажних робіт і будівельних (без ПДВ), виконаних під час зведення житла за контрактною основою, переобладнання, реконструкції та ремонту, розширення та реставрації будівель і споруд.

Індекси промислової продукції обчислюються на підставі даних підприємств про вартість виробленої продукції (робіт, послуг) у порівняних цінах, оцінка проводиться безпосередньо на підприємствах (рисунок 1.2)

Частка Дніпропетровщини у загальнодержавному введенні житла становила 2,7%, і за цим показником вона посіла 11 місце серед інших регіонів України.

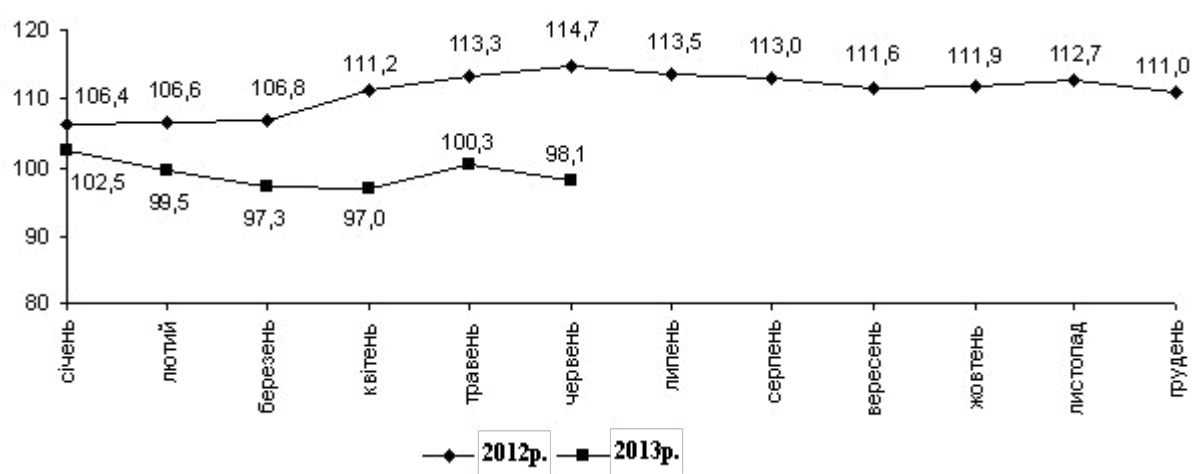


Рисунок 1.2 – Індекси обсягів виконаних будівельних робіт (наростаючим підсумком у % до відповідного періоду попереднього року) [168]

Розглянемо поведінку будівельних підприємств з урахуванням виконання ними певних соціальних обов'язків та веденням виробничої діяльності з залученням соціальних програм і реалізації соціальних принципів по відношенню до суспільства в цілому, а також окремим його членам. Кожне підприємство повинно дотримуватися встановлених державою законодавчих обмежень з

урахуванням економічної ситуації у державі. Соціальний обов'язок кожної організації полягає у дотриманні не тільки зазначених орієнтирів, але і у виконанні в суспільстві правил.

Обсяг виконаних будівельних робіт підприємствами України за даними Держстату у 2013 році становить 58,9 млрд. гривень, що складає 85,5 % до 2012 року. Обсяг виконаних будівельних робіт у грудні збільшився на 19,9 % порівняно з листопадом. [166]

По житловому будівництву, за реалізацію якого відповідальним є Мінрегіон, обсяг виконаних будівельних робіт збільшився на 6,6 % порівняно з 2012 роком та склав 10,2 млрд. гривень. На загальну тенденцію вплинуло скорочення будівництва нежитлових будівель на 16,4 % та інженерних споруд на 18,8 %, частка яких у загальному обсязі виконаних будівельних робіт складає відповідно 30 % і 52,7 %.

Збільшили обсяги будівельної продукції у 2013 році порівняно з 2012 роком підприємства 6 регіонів країни: Івано-Франківської (на 16,6 %), Черкаської (на 14,9 %), Херсонської (на 11,4 %), Одеської (на 10,6 %) областей, м. Севастополя (на 6,4 %) та Хмельницької області (на 1,4 %).

Найбільші обсяги будівельних робіт виконані у м. Києві (12 млрд. грн.), Донецькій (7,7 млрд. грн.), Дніпропетровській (4,9 млрд. грн.), Одеській (4,2 млрд. грн.) та Харківській (3,7 млрд. грн.) областях, що складає 55% загального обсягу будівництва [167].

З метою вирішення питань про забезпечення житлом громадян, які потребують підтримки з боку держави, та інших соціально незахищених верств населення, було прийнято Закон України «Про житловий фонд соціального призначення», який набрав чинності 1 січня 2007 року. В Законі передбачено розвиток житлового фонду соціального призначення, який орієнтований на безоплатне надання громадянам з урахуванням чергового порядку на умовах договору, без права передачі житла іншим особам у вигляді продажу, дарування, реалізації, суборенди, та не підлягатиме приватизації. Також слід відзначити, що соціальне житло не може бути викуплено чи передано під заставу. Використання

такого житла має виходити із міркувань економічності та раціональності. Будівництво повино проводитися згідно з основним планом розробки проектів та з урахуванням санітарних норм, що прописані у законодавстві. Застосовуючи відповідні будівельні методи під час створення житлового фонду, для забезпечення громадян житловою площею слід передбачати використання будівельних матеріалів і виробів виключно вітчизняного виробництва. Під час проектування і планувальних технологічних, архітектурних та інженерних рішень необхідно також дотримуватись конструктивних вимог [173].

Згідно Закону України «Про житловий фонд соціального призначення» кожен громадянин має право на отримання соціального житла, якщо він відноситься до незахищених верств населення та має відповідну примітку про взяття на соціальний квартирний облік. При цьому, рівень прибутку не повинен перевищує прожитковий мінімум.

Під час будівництва соціального житла необхідно також враховувати потреби населення і сучасний рівень технологічного оснащення будівельної галузі. За попередніми підрахунками, щоб забезпечити житлом всі облікові верстви населення, знадобиться близько 50 років, оскільки сучасні темпи будівництва житла щорічно дозволяють передавати в експлуатацію менше 2% від потреб населення.

На сьогодні держава надає підтримку окремим категоріям громадян у забезпеченні житлом: це молоді сім'ї, військовослужбовці, співробітники Служби безпеки України, воїни-інтернаціоналісти, прикордонники тощо [15, с.445].

Особливості формування обсягів реалізації промислової діяльності за основними напрямками передбачають принцип функціональності продукту, який проявляється як обсяг реалізованих послуг та робіт у даній галузі. Він може визначатися у вигляді ціни продажу житла – кінцевої продукції, з урахуванням виконаних робіт та наданих послуг. Житло слід вважати переданим власнику з моменту оформлення документів про його передачу.

Однак спірним залишається питання вибору найменш ризикованого механізму залучення грошових коштів для фінансування будівництва житла, а

також ролі кожного механізму у вітчизняній системі фінансування житлового будівництва. «Структура фінансування житлового будівництва залежить від типу житлової системи, від способу забезпечення потреби суспільства в житлі. Розрізняють житлові системи, що базуються на механізмі державного забезпечення житлом та на ринкових умовах. Більшість житлових систем відносять до змішаного типу, коли ринковий механізм забезпечення житлом не виключає державної чи комунальної участі. Як показує досвід, в більшості країн житловий комплекс є об'єктом економічного та адміністративного регулювання з використанням різних форм фінансування» [118]. Дослідження встановило, що в розвинених країнах застосовується відповідний підхід, який сформований під впливом ринкових відносин і націлений на вирішення житлової проблеми.

Таблиця 1.3 – Обсяги виконаних робіт за видами будівельної діяльності [168]

Вид діяльності	Виконано будівельних робіт за 2012 р.		
	млн.грн.	у % до	
		загального підсумку	2011 р.
Будівництво	25084,0	100,0	98,1
у тому числі:			
підготовка будівельних ділянок	2379,0	9,5	98,7
будівництво будівель та споруд	19981,8	79,7	97,5
установлення інженерного устаткування будівель та споруд	2549,7	10,2	101,8
роботи з завершення будівництва	134,6	0,5	95,3
оренда будівельної техніки з оператором	38,9	0,1	110,2

Сучасні соціальні проблеми вимагають від держави використання основного напрямку впровадження та реалізації державної житлової політики, а саме: запровадження соціальних послуг з доступного житла. «Соціальне житло відповідно до Закону України «Про житловий фонд соціального призначення» – житло із житлового фонду соціального призначення, що безоплатно надається громадянам України, які потребують соціального захисту, відповідно до черги на підставі договору найму на певний строк» [64].

Програма «Доступне житло» проводиться під егідою Мінрегіонбуду (виконавець — Держфонд сприяння молодіжному житловому будівництву) і передбачає безоплатну допомогу в придбанні недорогого житла, що будується за державної підтримки, з урахуванням цінових параметрів. Держава надає населенню субсидію з розрахунку 21 кв. м загальної площі на одну людину плюс 10,5 кв. м на сім'ю і тільки в межах граничної вартості будівництва 1 кв. м житла.

Соціальне житло не підлягає піднайму, бронюванню, приватизації, продажу, даруванню, викупу та заставі. «Правом на отримання соціального житла користуються громадяни, середньомісячний сукупний дохід яких за попередній рік з розрахунку на одну особу в сумі менший від величини опосередкованої вартості найму житла в даному населеному пункті та прожиткового мінімуму, встановленого законодавством» [64].

«На законодавчому рівні визначено поняття доступного житла і державної підтримки його будівництва або придбання, коло осіб, що мають право на отримання такої підтримки, джерела фінансування тощо [70].

Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2009 № 1249 «Про затвердження Державної цільової соціально-економічної програми будівництва (придбання) доступного житла на 2010-2017 роки» [142] передбачає збудувати та придбати 265,8 тис. квартир (16,6 млн. м²), а Постанова Кабінету Міністрів України від 24.10.2012 № 967 «Про затвердження Державної програми забезпечення молоді житлом на 2013- 2017 роки» визначає «витрати на реалізацію Програми у розмірі 88 499,7 млн. грн., у тому числі:

- з державного бюджету – 23 234,8 млн. грн. (26%);
- з місцевих бюджетів – 5 442,8 млн. грн. (6%);
- за рахунок інших джерел – 59822,1 млн. грн. (68%)» [144].

Слід зауважити, що обсяги робіт за характером будівництва розподілились наступним чином: роботи з нового будівництва, реконструкції та технічного переозброєння склали 70,3% загального обсягу, решта – з капітального і поточного ремонтів (16,6% та 13,1% відповідно).

За 2012 рік підприємствами Дніпропетровської області було виконано

будівельних робіт на суму 25 084 млн. грн. Індекс будівельної продукції порівняно з 2011 р. становив 98,1%.

У житловому фонді області нараховується 1510,9 тис. квартир, з них – 1,5 тис. комунальних. За кількістю кімнат квартири розподіляються таким чином: 17,3% – однокімнатні, 39,5% – двокімнатні, 36,1% – трикімнатні, 7,1% квартири мали чотири кімнати і більше [169].

На кінець минулого року на Дніпропетровщині в експлуатації знаходилося 401,2 тис. м² (0,5% від загальної площі) житла з граничним ступенем зносу (ветхого та аварійного), в якому мешкало 13,2 тис. осіб. Ветхий житловий фонд області складав 1845 будівель загальною площею 328,8 тис.м² (0,4% загальної площі житлового фонду області), аварійний – 386 будівель загальною площею 72,4 тис. м² (0,1%). Майже все житло з граничним ступенем зносу (91%) знаходилося у міських поселеннях [173].

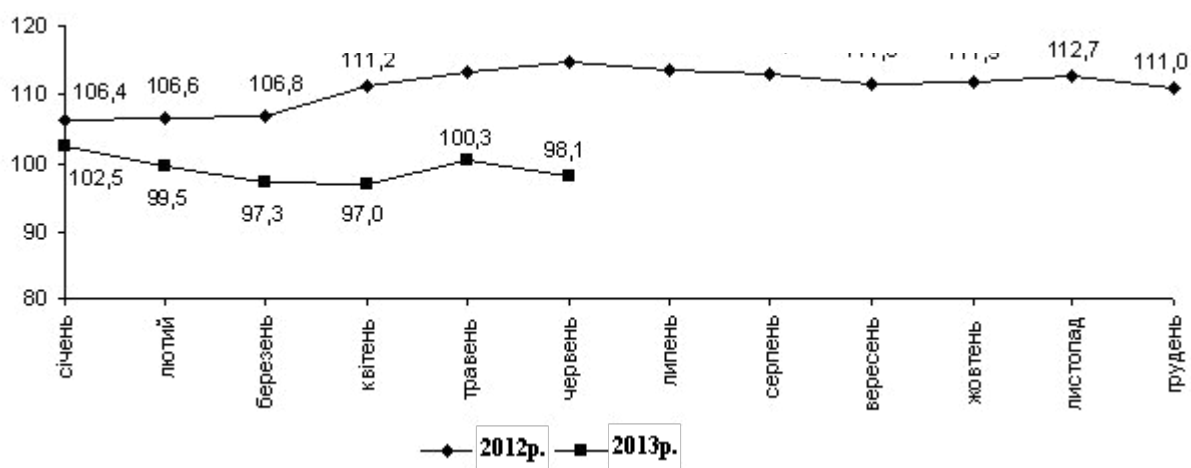


Рисунок 1.3 – Житловий фонд України (на початок року, млн.м² загальної площини) [170]

За результатами проведеного соціологічного дослідження виявилось, що житловий фонд України має незначний приріст. Найбільший розвиток отримали міста, тобто, за 13 років житловий фонд підвищився приблизно на 8,8%.

На 1 січня 2014 року житловий фонд країни становив 1096,6 млн.м² загальної площі, з якого 63,8% (700,1 млн. м²) – житловий фонд міських поселень.

Майже весь житловий фонд (98,2%) розміщувався в житлових будинках квартирної типу. Площа гуртожитків та житлових приміщень у нежилых

будівлях в загальному житловому фонді склала 1,8 % (19,6 млн. м²).

Загальна кількість квартир в Україні становила 19,4 млн. За кількістю кімнат квартири розподілились таким чином: 19,3% – однокімнатні, 37,0% – двокімнатні, 32,8% – трикімнатні, 10,9% квартир мали чотири і більше кімнат.

В експлуатації знаходилось 4,9 млн.м² аварійного житлового фонду або 0,4% від усього житлового фонду, в якому проживало 89,5 тис. осіб [171].

Важливою передумовою реалізації політики інвестування виконавцем виступає проблема розробки правового поля, яке відповідало б вимогам стабільності та прозорості при їх виконанні. Держава послідовно розвиває напрямки господарської діяльності, які ґрунтуються на соціальних принципах. Контроль при перейнятті європейських стандартів призведе до прискорення адаптації регуляторної політики України. Це вимагає спрощення дозвільних процедур та посилення контролю за використанням сучасних методів забезпечення сприятливих умов розвитку бізнесу. Саме така спрямованість та професійне застосування інструментів державної підтримки соціальних програм призведе до подолання кризових наслідків будівельної галузі.

Запровадження соціальних програм зумовлено значними змінами на ринку житла в Україні. Сегментування ринкової кон'юнктури представлено в двох напрямках:

1. Підтримка малозабезпечених громадян з боку держави:

- надання житла на умовах оренди (найму) на певний строк (житловий фонд соціального призначення);
- житло загального користування, яке надається безоплатно у безстрокове користування (з правом подальшої приватизації);
- за деякими ознаками (безоплатне надання на умовах найму) до сегмента соціального житла можна віднести службове житло.

2. Регулювання ринкового сегменту органами влади:

- встановлення обґрунтованих норм та порядку надання житла;
- регулювання архітектурно-планувальних та вартісних показників такого житла;

- будівництво житла за рахунок бюджетних та інших коштів;
- здійснення нормативного забезпечення, державний архітектурно-будівельний контроль і нагляд у будівництві.

На початок 2014 року перебувало на квартирному обліку 807,7 тис. громадян, (що на 214,0 тис. менше, ніж на кінець 2012 року). Найбільш чисельними виявилися категорії громадян, які є мешканцями гуртожитків – 132,2.тис. (16,4%) та молоді сім'ї – 84,8 тис. (10,5%). (табл.1.4)

У 2013 році житло одержали 6,0 тис. сімей та однаків, що на 1,2 тис. менше відповідного показника минулого року (0,6% до попереднього року).

На 1 січня 2014 року житловий фонд налічував 10176,1 тис. будинків, з них 9,5 тис. – гуртожитки. Середній розмір квартири дорівнював 95,2 м² загальної площі, у т.ч. у сільській місцевості – 136,6 м², у міських поселеннях – 90,9 м². Серед збудованих квартир переважають однокімнатні (42,7% загальної кількості), частка двокімнатних і трикімнатних квартир склала 23,2% і 24,1% відповідно, чотирикімнатних і більше – 10% [168].

Таблиця 1.4 – Квартирна черга та поліпшення житлових умов (тис.)

	Перебували у черзі станом на 01.01.2014р	У тому числі за часом перебування на обліку				Одержали житло та поліпшили житлові умови
		менше року	1 - 5 років	6 - 9 років	10 років та більше	
Усього перебувало в черзі	807719	22036	134089	136891	514703	6047
у тому числі:						
громадяни, які користуються правом одержання житла	227266	7756	45447	42323	131740	1895
громадяни, які користуються правом позачергового одержання житла	84698	5224	20706	14350	44418	1410
громадяни, які перебувають у загальній черзі	495755	9056	67936	80218	338545	2742

Суть соціальної відповідальності підприємств полягає в наступному: «Підприємства повинні бути ініціаторами політики і програм, які покликані

мінімізувати побічні негативні наслідки їх поточних або майбутніх операцій, перш ніж ці наслідки приймуть кризові масштаби і стануть каталізаторами ще однієї хвилі протесту, направленої проти бізнесу» [112, с.18].

«Найбільш раціональною моделлю житлової політики, буде та, за якої держава відіграє в житловій сфері одночасно декілька ролей, а саме:

- власника землі, що виділяє ділянки під житлове будівництво на пільгових підставах у зв'язку з особливою значущістю цієї функції;
- власника житла, що надає найбільш знедоленим житло на умовах соціального найму;
- замовника, що купує у забудовників на сприятливих умовах житло для працівників бюджетної сфери, які мають обмежені фінансові ресурси;
- банкіра, що виділяє спеціальні безвідсоткові позики для придбання громадянами власного житла і доповнюючого їх спеціальні накопичувальні рахунки;
- страховика, що гарантує комерційному банку повернення іпотечного кредиту;
- будівельника, що створює спеціальний соціальний житловий фонд для забезпечення умов проживання незаможних;
- консультанта, що інформує громадян про всі можливості покращення житлових умов» [91, с.234].

У загальному випадку, оцінюючи дані із залучення коштів населення на реалізацію соціальних послуг, а саме: придбання доступного житла, слід зазначити, що спостерігається позитивний економічний ефект, який у разі перевищує ефект від прямого фінансування програм з бюджету.

Незважаючи на прийняті нормативно-правові акти, що забезпечують розвиток іпотечного кредитування, масштабного застосування цієї форми фінансування житлового будівництва ще не відбулося.

СКЛАДОВІ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

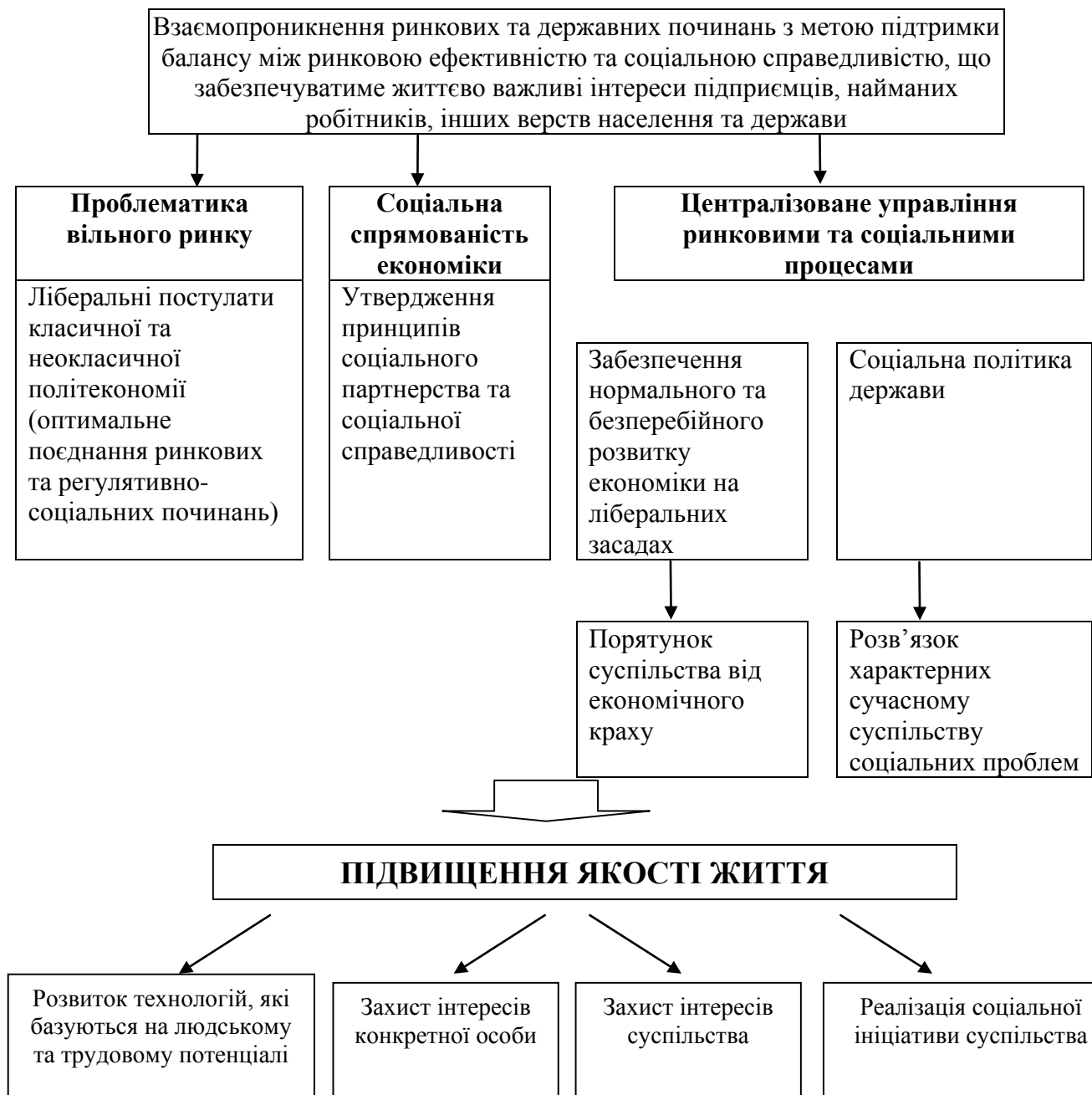


Рисунок 1.4 – Основні засади соціально-орієнтованої ринкової економіки

«Оскільки середній клас займає в суспільстві провідне місце, виникає можливість купувати нове житло в кредит на основі пропозицій розвиненого житлового ринку та стабільності банківської системи, яка дозволяє розвивати ринок іпотечних кредитів. Але приблизно 20% населення соціально незахищені та отримують практично безплатне комунальне житло» [169]. У вітчизняній практиці при плановій економіці основними напрямками житлової політики були державне

будівництво та будівництво житла на кошти великих підприємств, метою яких поставало забезпечення власних працівників недорогим житлом. У той же час, для індивідуального будівництва приділялася незначна увага. Розпад Радянського Союзу та перехід до ринкових відносин позначився скороченням фінансування соціальних програм державного будівництва житлового комплексу. Населення вимушено було використовувати власні заощадження для придбання житла. Відзначимо, що інтенсивність інвестування житлового будівництва різко знизилась завдяки низькому рівню платоспроможності основної частини населення та відсутності можливостей з залучення нових джерел фінансування. Суспільство, у більшості своїй, не мало у своєму розпорядженні зайвих коштів, які б могли бути використані для розвитку соціальних житлових програм. Гострота кризи призвела до повного занепаду соціального будівництва та галузі в цілому. Проблемна ситуація майже призупинила введення нових житлових площ, але це дало можливість усвідомити місце і роль будівельної галузі в економіці. Оскільки сучасна ситуація в Україні носить не коригований характер, то слід зазначити стан кожного із учасників соціального партнерства (рис. 1.5).

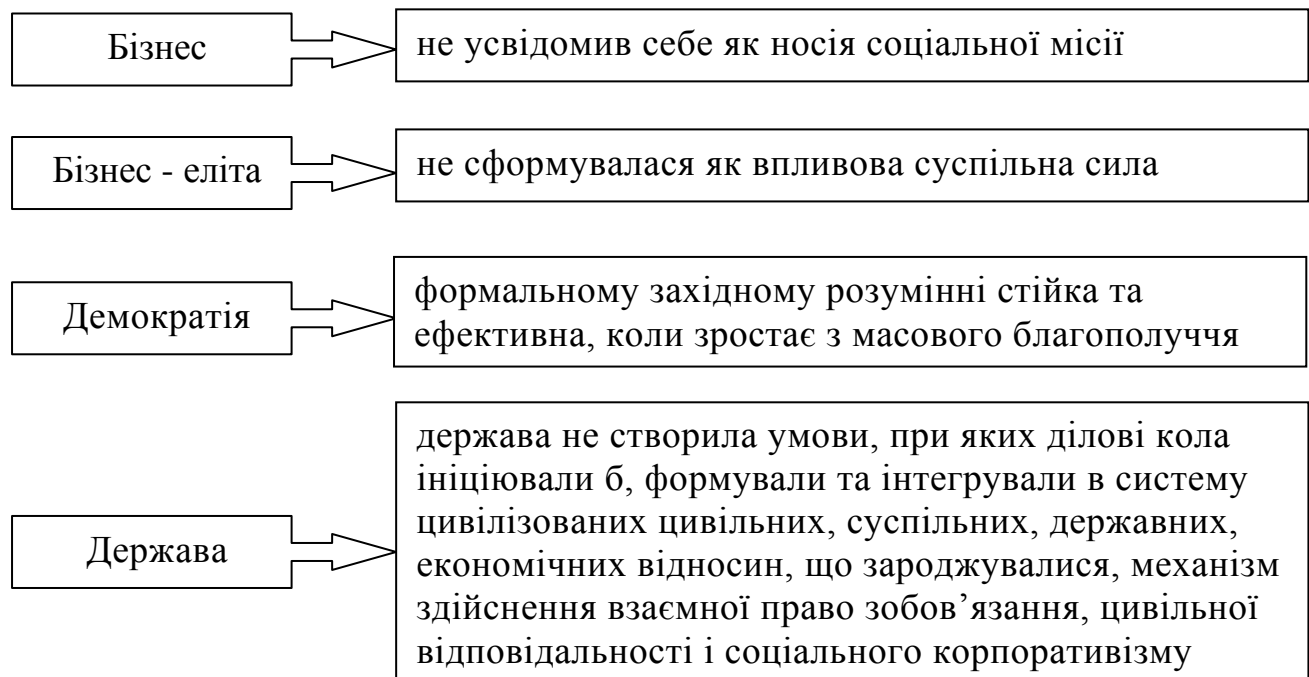


Рисунок 1.5 – Поточна ситуація у сфері соціальних програм в Україні

Сучасне підприємство зрозуміло, що треба стати більш відповідальним, оскільки розвиток суспільної системи залежить від будівельного сектора. Епоха вільної конкуренції характеризується зростанням ролі приватного сектора у будівництві та росту економічної значущості. Беручи участь в регулюванні суперечностей, що виникають між різними заінтересованими групами, разом із суто економічними функціями воно починає виконувати і політичні функції [19, с.222].

Звичайно, не всі вимоги можуть бути виконані компаніями. Важливо те, що є еталонна модель соціально відповідальної поведінки організації, в якій враховуються приватні і суспільні інтереси, що сприяють соціальним згодам в суспільстві. Така модель відповідає вищому ступеню соціальної відповідальності.

В даному підході організація і суспільство розглядаються як суб'єкти, що мають однакові інтереси, але у кожного з них свої способи їх реалізації і свої вигоди. Для суспільства такі вигоди очевидні: допомога в рішенні соціальних проблем, зниження соціальної напруженості, підвищення якості життя населення. На сьогодні стоїть питання про конкретні економічні вигоди соціально-відповідальної поведінки компаній [110, с.9].

Висновки до розділу 1

1. Релігійна мораль впливала на суспільство в цілому, включаючи світську мораль. Особливість становлення в Україні складалася так, що чесна та заможна людина, намагається приховати сліди свого благополуччя: «мораль не дозволяла підніматися над рівнем убогості». Але демонстрація розкоші та багатства використовувалась при кожному зручному випадку. Особливо, коли була нагода продемонструвати свою значимість. Але приходив час, і кожен під впливом релігії замислювався про свою душу і про громадську думку. Купці і промисловці жертвували гроші на будівництво храмів і церков (так у свідомості відбивалася ідея спокутування за багатство).

2. Сучасні соціальні реформи вимагають розробки соціальних програм, орієнтованих на ринкову економіку з урахуванням посилення конкуренції.

Еволюційні зміни, пов'язані з розвитком системи комплексного маркетингу, дозволяють вилучати протиріччя між інтересами підприємств і соціальними потребами. Такий підхід формує соціальну спрямованість підприємств і залежність від потреб населення. Це є основою для створення принципів соціальної відповідальності в Україні.

3. Для деяких вітчизняних підприємств тема соціальної відповідальності з самого початку виступає невід'ємною частиною діяльності, а не виникає за ініціативою суспільства або держави. Такі підприємства характеризуються «спадком радянських часів», вони вимушені підтримувати населені пункти та їх соціальну інфраструктуру. Також зустрічаються підприємства, які, за допомогою добродійності, намагаються замаскувати свої порушення. Одночасно з цим росте кількість компаній, для яких дотримання певних принципів СВ є нормою.

4. Вітчизняні будівельні підприємства, з одного боку, прагнуть до вироблення індивідуальних і загальних підходів до соціальної відповідальності, впровадження в практику міжнародних принципів прозорості, екологічної безпеки, трудових відносин, підтримки суспільства. З іншого боку, багато вітчизняних підприємств вимушені утримувати на територіях соціальні установи, що розвалюються, і зберігати велику кількість «радянських» пільг для персоналу. Розробка соціальних програм на рівні стратегій підприємства оснований на міжнародних принципах СВ, запровадили б нові форми соціальної відповідальності, притаманні виключно до специфіки економіки України.

5. При впровадженні КСВ керівникам будівельних підприємств необхідно розуміти і передбачати можливі соціальні наслідки свого рішення. Доцільно використовувати для адекватної оцінки своїх рішень попередню соціальну експертизу. Відсутність такої експертизи може призвести до негативних результатів у функціонуванні організації. Виробничі трансформації повинні піддаватися суворому науковому контролю, заснованому на конкретних даних. Крім того, необхідно враховувати науково обґрунтовані з раціональної точки зору альтернативні рішення, які відповідають інтересам працівників і організації, та спрямовані на зміцнення організаційних зв'язків.

6. Вивчення поведінки людей, зайнятих у будівельному комплексі, дозволяє підприємству приймати активну участь у вирішенні всіх актуальних соціальних проблем будівельного комплексу.

7. Перспективне планування соціального та економічного розвитку територій – це завдання, що не вирішується в рамках стихійних ринкових відносин і вимагає до себе особливої уваги представників організацій і влади різних рівнів. Розглядаючи питання, пов'язані з впливом будівельної галузі на стейкхолдерів, необхідно враховувати те, що такий вплив будівельної галузі є результатом складної взаємодії, як галузі в цілому, так і окремих її підприємств і організацій із зовнішнім середовищем, в якій виділяють макрооточення і безпосереднє оточення.

8. Основна функція діяльності підприємств будівельної галузі – надання житла певної якості в межах транспортної доступності від основних місць, де людина реалізує свої соціальні, економічні і духовні потреби. Кількість і якість житла, доступного для основної маси населення, безпосередньо співвідноситься з рівнем економічного розвитку країни і є істотною характеристикою рівня життя.

РОЗДІЛ 2.

НАПРЯМИ І ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

2.1. Аналіз механізмів реалізації соціальних програм і їх фінансування на підприємствах

Відзначаючи важливу роль сфери послуг в будівельній галузі, необхідно підкреслити, що дана галузь діяльності схильна до впливу територіального чинника, і у зв'язку з цим, її специфіку необхідно розглядати з урахуванням регіональних особливостей. При цьому абсолютне кількісне вираження регіональних особливостей в сформованій системі не дозволяє зробити досить повних обґрунтованих висновків про їх вплив на показники роботи підприємств сфери послуг у будівництві. Цьому заважають, насамперед, особливості сформованого адміністративного поділу, які ведуть до істотних відмінностей масштабів будівельної галузі окремих економічних регіонів [17, с.51].

Соціальна відповідальність досить самостійний вид діяльності, якому притаманні деякі особливі риси. У загальному сенсі соціальну відповідальність тлумачать як сукупність економічної, політичної, правової, моральної та інших відповідальностей. А. Андрющенко та І. Рябець зазначають, що «у соціологічному сенсі маються на увазі характеристики, що відображають міру, ступінь прийняття будь-яким соціальним суб'єктом соціально-значущих цілей суспільства, готовність до виконання взаємних прав і обов'язків у процесі спільної діяльності з метою ненанесення збитку сталому розвитку як суспільства в цілому, так і окремим спільнотам, особистостям» [56, с. 44]. Тут передбачено соціальний зріз будь-якого з видів відповідальності, який розкриває соціальну сутність кожного з них із точки

зору надання пріоритету соціально-значущим аспектам діяльності, поведінки, ненанесення збитку як соціальному цілому, так і конкретній особистості.

Це означає, що перевага надається інтересам широких верств населення, навіть, якщо вони ідуть врозріз з інтересами бізнес середовища. Соціальна відповідальність має враховувати вимоги суспільства та його окремих частин.

Сфера послуг виступає як складова частина будівельної галузі, та впливає на загальні відносини у економічній системі. Економічна діяльність формує наступну мету – збільшення багатства суспільства в кожній його формі прояви. Послугам надається самодостатня та унікальна роль в економіці. У будівельній галузі склалася сфера послуг та ринок послуг. Їх місце в розвитку господарства регіону визначається такими функціями:

- участь у формуванні частини національного доходу і сукупного суспільного продукту, яка створюється на території даного регіону, а також балансу трудових ресурсів, вирішення проблем зайнятості в населення;

- вплив на формування балансу грошових доходів і витрат населення, на ріст продуктивності праці в провідних галузях матеріального мультиплікативного ефекту будівництва, а значить, на темпи розвитку будівельного господарства.

На даний час, функціонування ринку в умовах специфіки розвитку та впровадження сучасних послуг так і не сформувало систему показників, яка б характеризувалась уніфікованістю. В економічному середовищі склався набір вимог, яким повинні задовольняти показники діяльності підприємства. Основними з них є наступні: «системність; взаємодоповнюваність; об'єктивність; можливість вираження абсолютними, відносними, питомими величинами; ретроспективність; можливість порівняння, обліку, аналізу». [4, с.71]

Сучасний стан України можна охарактеризувати як державу з перехідною економікою. Це означає, що основні інститути, органи і установи характеризуються певною суперечністю, а нерідко і протистоянням. Але слід

відмітити, що держава прагне до соціальної безпеки та соціальної справедливості (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 – Принципи побудови соціально орієнтованої держави

Сьогочасне кризове положення та стан суспільства вказують на три можливі ситуації:

- повернення то адміністративно-командної системи (можливо в дещо змінених формах);
- повна відмова від залишків ринкових відносин і відтворення ринкової економіки в нових умовах;
- нестабільний розвиток, який поєднує в собі різні типи суспільно-політичних систем.

Як відомо, є прихильники і супротивники як в першого, так і в другого шляхів розвитку. У зв'язку з цим виникає закономірне питання: чи не стане процес конвергенції суспільно-політичних і соціально-економічних систем реальною тенденцією розвитку не тільки інших цивілізованих суспільств наших днів, але й

Українського суспільства? Очевидно, що реалізація першого, другого або третього шляху позначиться на соціальній політиці держави, що остаточно сформувалася як політичний інститут [126, с.74].

Підприємства використовують споживачів, громадські організації, засоби мас-медіа для досягнення власних цілей. Це, на думку Чердакова В.А., «виражається у забезпеченні зайнятості, прибутку, відсутності порушення законів та направлення частини своїх ресурсів і зусиль по соціальних каналах (меценатство, доброчинність тощо)» [181]. Це буде працювати лише тоді, коли в суспільстві є носії традиції соціальної відповідальності (наприклад, братства у середньовіччі).

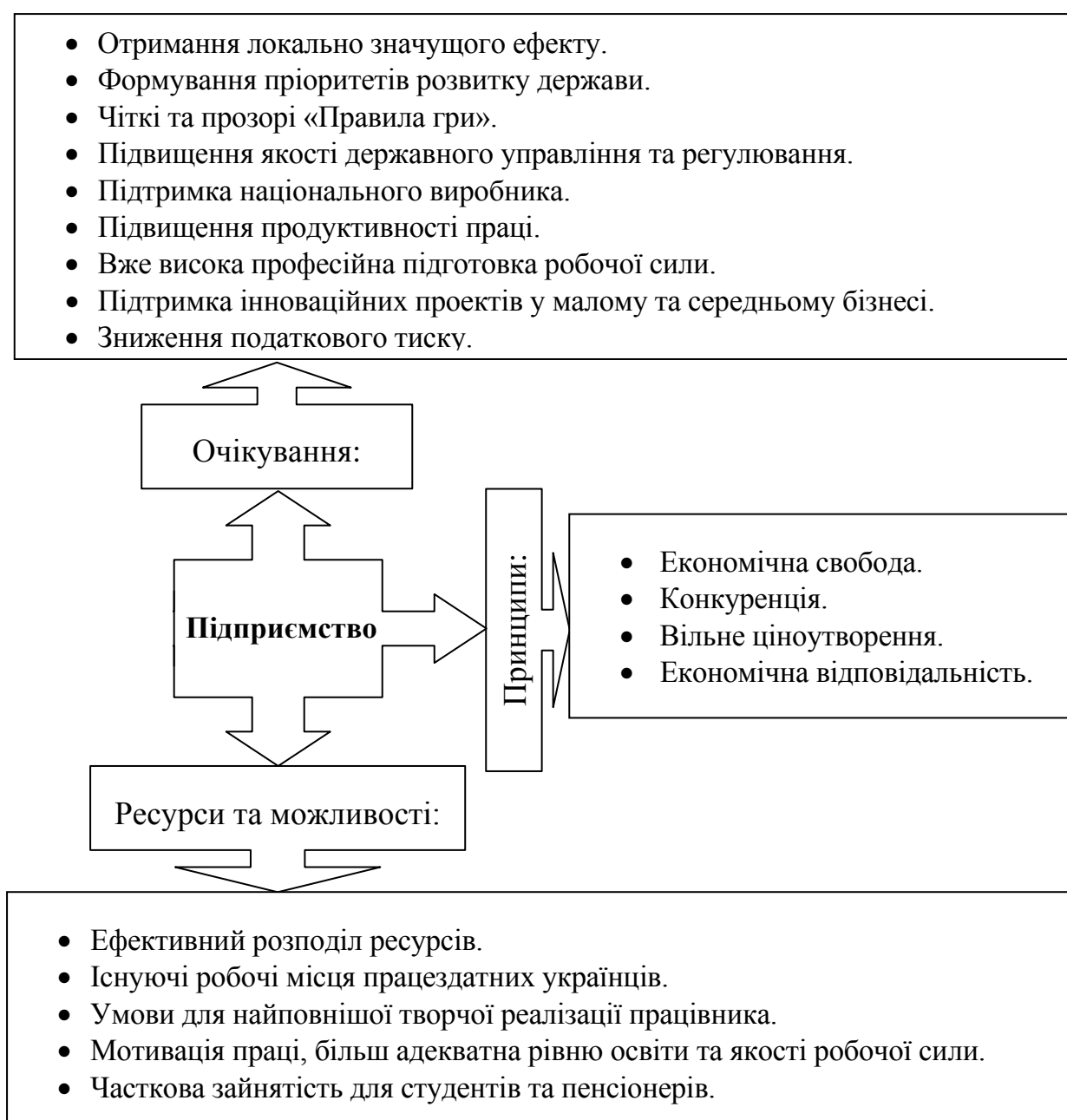


Рисунок 2.2 – Принципи побудови соціально орієнтованих підприємств

Можна висловити думку: сучасний етап Українського суспільства має таку особливість, яка полягає в переході від вищої організації соціального життя до менш високої. Цей етап вже пройдено, в принципі, Українським суспільством (хоча є, як відомо, і абсолютно протилежні позиції з цього питання). В будь-якому разі, з погляду соціальної підтримки соціального захисту більшості населення (що було характерне для радянського періоду) – це саме так відповідає дійсності [186].

«Житлова політика як складова соціальної відповідальності формує ідеї та погляди на те, які житлові відносини мають складатися в суспільстві, і створює умови розвитку основних елементів житлової системи щодо реалізації права громадян на житло, рівень соціального забезпечення, кількості та якості надання житлових послуг, механізму визначення квартирної плати, розвитку системи фінансових інститутів для створення ринку житла» [155, с. 212]. Державна житлова політика в умовах ринкового господарства – це система єдиних заходів законодавчого і контролюючого характеру, здійснюваних правочинними державними установами.

Без перебільшення можна стверджувати, що соціальна політика вітчизняних підприємств відображає інтереси меншості населення, а не більшості. У зв'язку з цим, не слід прирівнювати соціальну політику, соціальну діяльність в цілому і соціальний захист. Зараз більшість населення дійсно потребує соціального захисту.

Одним з найважливіших чинників, що роблять вплив на соціальну роботу в суспільстві і сприяючих захисту інтересів людини, груп і шарів, їх прав і свобод є соціальна відповідальність [34, с.44]. За останні роки про посилення ролі етичного фактора підприємницької діяльності свідчать численні рейтинги зарубіжних корпорацій, де основним критерієм відбору не обов'язково є прибутковість компанії. Наприклад, у рейтингу "Найвидатніші корпорації Америки" – це довгострокові річні доходи акціонерів, якість продукції та послуг, управління фірмою, корпусу робочої сили, готовність нести відповідальність перед суспільством за охорону навколишнього середовища. Засновники рейтингу "Сто найкращих компаній, що працюють на Америку" – Р. Ліверинг, М. Московіц,

М. Катц – головне в діяльності підприємств передбачають на рівні оплати праці, розмірі пенсій та премій, гарантії зайнятості для персоналу, сприятливій діловій атмосфері [159, с.123].

«Підтримка відносин є сенсом соціальної відповідальності підприємств як між соціальними групами, так і усередині них, забезпечення умов для підвищення добробуту, рівня життя стейкхолдерів, створення соціальних гарантій у формуванні економічних стимулів для участі в суспільному виробництві. При цьому треба відзначити, що соціальна відповідальність підприємств виступаюча як складова частина заходів, що проводяться бізнесом, тісно пов'язана із загальноекономічною ситуацією в країні» [101, с.32].

Все більше і більше західних компаній починали визнавати, що сила породжує відповідальність. І якщо підприємство не прийме на себе деякі соціальні зобов'язання добровільно, то громадськість і держава примусять її зробити це. Але компанія, в даному випадку, «Втратить свою особу. Власність зобов'язує. Користування нею повинно одночасно служити на благо всього суспільства», – так записано в статті 14-ої Конституції ФРН, і про це знає практично кожен німець [74, с. 42].

Проте такий підхід розділяється не всіма. Так Мілтон Фрідман, інтелектуальний лідер сучасної неокласичної доктрини, тієї самої, що лягла в основу Українських реформ, вважає, що «існує одна і лише одна соціальна відповідальність підприємств: використовувати свої ресурси і енергію в діях, ведучих до збільшення прибутку, поки це здійснюється в межах правил гри». М.Фрідман стверджує, що керівники підприємств взагалі не повинні відволікатися на вивчення, оцінку і вирішення будь-яких соціальних проблем суспільства, а займатися тільки своєю прямою справою – організацією виробництва товарів і послуг. Що ж до соціальних проблем, то це справа самих заінтересованих осіб, держави і громадськості [192].

М. Фрідман вітає скорочення фінансування державних і особливо приватних соціальних програм, які, на його думку, тільки розхолоджують працівників і негативно позначаються на продуктивності праці. Він закликає дати людям велику

свободу, ухвалювати власні економічні рішення без державного контролю і підтримки.

Позиція М. Фрідмана випадає із загального потоку думок і є об'єктом масової критики. «На думку фахівців, переважна більшість представників ділових кіл вважають, що і держава, і бізнес в однаковій мірі несуть відповідальність за свої дії перед суспільством. Як два найбільш могутніх інститути в країні вони просто зобов'язані займатися проблемами суспільної значущості (рисунк 2.3) І підприємства, і держава залежать від суспільства, тому тривале ігнорування ними соціальних проблем неминуче стане для них руйнівним» [47, с.162]. У довгостроковій перспективі ті, хто належним чином не використовує владу, що є у них, неминуче позбудуться цієї влади. Дуже важливо те, що останнім часом соціальна відповідальність підприємств переноситься в будівельну площину.

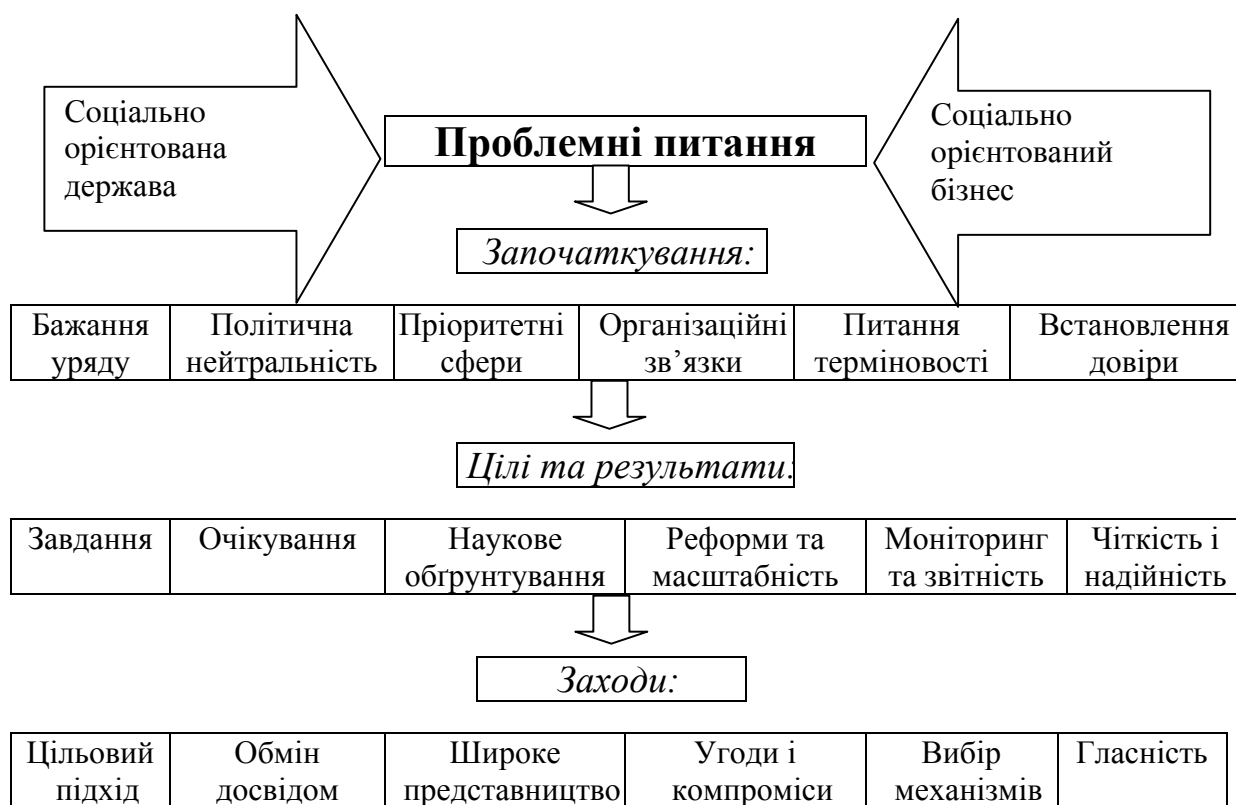


Рисунок 2.3 – Формування соціального партнерства держави та підприємств у сфері розвитку людського капіталу

Як свідчить практика успішних західних будівельних компаній, всі вони серйозно підходять до робіт в області соціальної відповідальності і сприймають їх як стратегічний напрям діяльності. При цьому, компанії не просто фіксують свої

наміри в програмних документах, але і публічно їх озвучують, користуючись універсальними засобами PR. Більшість досліджуваних компаній в даній галузі мають розробки, пов'язані з політикою в області збереження здоров'я, безпеки, екології. Щодо ступеня готовності підприємств забезпечувати зайнятість в суспільстві, зберігати стан навколишнього середовища, усувати дискримінацію тощо, можна виділити чотири підходи, які обґрунтовують необхідність включення соціальних заходів у сферу підприємств.

«Перший – ринковий підхід, який виправдовує принцип примноження прибутку як єдиний принцип діяльності компаній, залишаючи, таким чином, поза увагою соціальні проблеми. Другий підхід з позиції державного регулювання передбачає, що соціальна відповідальність організацій має регулюватися відповідними законами і обов'язковою справою. З точки зору прихильників позиції корпоративної совісті, соціальна відповідальність спирається на загальнолюдські цінності, якими дорожать і керівництво, і підлеглі, і яка формується в результаті саморегулюючої в етичному плані діяльності. Як результат, поліпшуються фінансові показники діяльності тих компаній, які цей принцип закладають в місію і стратегію соціальної відповідальності підприємства» [143].

На теорії "заінтересованих осіб" базується третій підхід. В роботі Е.Фрідмана "Стратегічний менеджмент: концепція заінтересованих сторін" уперше була викладена ця теорія, у якій автор вводить поняття " заінтересована сторона" (stakeholder), і представляє компанію та її зовнішнє оточення як набір заінтересованих у її діяльності сторін, інтереси та запити яких мають братися до уваги, та задовольнятися менеджерами як офіційними представниками фірми [192].

В економічно розвинених регіонах, де високий попит на житло, забудовники прагнуть витягнути максимальний прибуток, який доходить до 50-60% від собівартості, що явно не сприяє зниженню цін. У регіонах з низьким попитом забудовники не мають можливості піднімати ціни і задовольняються 4-6 відсотками доходу, більше прагнучи зберегти бізнес і свої трудові колективи.

Реальна дельта між фактичними витратами забудовників і продажною ціною на первинному ринку за оцінками провідних фахівців в області економіки

будівництва повинна складати не більше 12-14 %, що відповідає загальносвітовій практиці будівництва багатоквартирних будинків середнього рівня [166].

Соціальна відповідальність будівельних підприємств багатогранна і відображає інтереси персоналу підприємства, контрагентів, регіон та соціальний розвиток суспільства. Еволюція свідомості суспільства призвела до зміни змісту соціальної відповідальності та переоцінки «непорушних» цінностей, таких як прибуток. Розвинені країни почали відчувати «хиткість абсолютизації прибутку», тобто, ця концепція перестала виступати як єдина мета підприємства. Уявлення про те, що прибуток виступає як самоціль та націлений на особисте збагачення відходить у минуле. Замість цього виступає нова концепція згідно якої прибуток виступає як засіб розвитку соціальних програм для вирішення проблем суспільства [136].

Менеджери вищої ланки підприємств усвідомлюють, що діяльність організації тісно пов'язана благоустроєм суспільства, оскільки воно виступає як макроекономічне середовище. Прибуток, отриманий в результаті чесної конкурентної боротьби, виступає як винагорода. Керівництво розуміє, що отримання прибутку шляхом обману контрагента може негативно позначитися на інвестиційній привабливості підприємства та сформувати негативний імідж в економічній сфері. Висока зацікавленість питаннями соціальної відповідальності призвела до формування соціальних очікувань з боку громадськості, і виразилося в появі еталонної моделі соціальної поведінки.

Слід представити такий образ соціально відповідальної компанії (табл. 2.1)

Зрозуміло, далеко не всі компанії задовольняють цим вимогам. Але головне тут – сам факт наявності еталонної моделі соціально відповідального підприємства, здатного забезпечити збіг приватних і суспільних інтересів, і сприяти соціальній гармонії в суспільстві. Незважаючи на те, що дана модель має більше рекомендаційний характер та не є обов'язковою до виконання, недотримання цих принципів може призвести до засудження з боку громадськості.

Таблиця 2.1 – Ролі підприємств при реалізації соціальної відповідальності

Роль	Реалізація
Громадяни	<ul style="list-style-type: none"> – дотримання законів; – дотримання норм суспільного життя; – соціальна домовленість з суспільством; – визнання відповідальності за дію на життя суспільства.
Виробник	<ul style="list-style-type: none"> – безпечні і надійні товари; – справедливі ціни; – безпечне виробництво; – чесність.
Працедавець	<ul style="list-style-type: none"> – матеріальне положення працівників; – недопущення дискримінації; – підлагодження бажань працівників цілям підприємства; – соціальний захист; – формування сприятливого соціально-психологічного клімату.
Суб'єкт управління ресурсами	<ul style="list-style-type: none"> – естетика займаної земельної ділянки; – ефективне використання ресурсів; – участь в екологічних заходах; – економне і раціональне використання ресурсів; – сплата податків або страхових внесків до державних поза бюджетних фондів
Об'єкт інвестування	<ul style="list-style-type: none"> – захист інтересів інвесторів; – доступність і правдивість інформації про економічний стан підприємства; – стимулювання і підтримка інновацій.
Конкурент	<ul style="list-style-type: none"> – нечесна конкуренція і обмеження конкурентної боротьби. діяльності.

Підприємство впроваджує соціальну відповідальність, виходячи із стратегічних цілей, можливостей і розміру компанії. Однак сфера послуг має свою специфіку, оскільки складається із споживача та постачальника. Це впливає на вибір стратегій розвитку, оскільки застосування деяких із них передбачають відмову від соціальної відповідальності, наприклад, при стратегії лідерства. [163].

У розвинених країнах вирішення соціальних проблем дозволяє підприємствам зайняти свою нішу на ринку і створити позитивну репутацію. Для цього частина прибутку добровільно перераховується на соціальну

відповідальність. дотримання "чесної гри" на ринку з орієнтацією на моральні аспекти і підтримується політикою держави у вигляді податкових пільг.

«Надання грошей на соціальні потреби, повернення їх суспільству конкретним і адресним шляхом породжує стійкі уявлення про відновлення соціальної справедливості, зменшує прірву між багатими і бідними, сприяє підтримці балансу сил і якщо не усуває, то ослаблює соціальні конфлікти. Тому, моральний аспект добрودійності надзвичайно важливий» [71, с. 46].

Сучасні методи управління компанією припускають рішення виробничих задач через рішення соціальних питань. Відносини між керівництвом і персоналом приймають все більш партнерський і соціально відповідальний характер. Велика увага приділяється поведінці вищої ланки управління, що робить сильний вплив на формування культури організації. Через те, що говорять, а головне, як поведуться старші адміністратори, формуються норми поведінки, які розповсюджуються зверху вниз по всій компанії зі всіма витікаючими з цього практичними наслідками.

Головною ознакою соціально орієнтованої економіки є формування так званого середнього класу як арифметичної більшості населення. До нього відносяться лікарі, юристи, державні службовці, науковці, вчителі, кваліфіковані робочі, дрібні підприємці, фермери, пенсіонери, тобто основна маса середньо-забезпеченого населення, що є головним споживачем, найбільш масовим власником і інвестором [127].

Причому, середній клас – не середньостатистична величина, як це нерідко рахують, а соціальне економічне поняття, що виражає соціально достатній рівень добробуту сім'ї. В основі віднесення сімей до середнього класу лежить так званий споживчий бюджет помірного комфорту. При характеристиці добробуту цього класу береться в розрахунок не тільки рівень доходів, але і забезпечуваний ними певний матеріальний достаток: власний упорядкований будинок або простора квартира, автомобіль (часто не один) з гаражем, щорічний престижний відпочинок (як правило, подорож), сімейний лікар, варті чималих грошей навчання дітей в університеті, пристойний рахунок в банку і т.п. Результати оцінки потім вдаються до широкої гласності, і це формує суспільну репутацію компанії, якою дуже

дорожать. Адже прибуток в цивілізованій ринковій економіці – це нагорода суспільства за гідне служіння його інтересам.

Не дивлячись на активне просування прийнятих за кордоном принципів соціальної відповідальності в Українській економіці, вітчизняний будівельний бізнес накладає свої особливості на розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Особливість функціонування будівельної галузі пов'язана з тим, що об'єкти, на яких працюють робітники, можуть бути в різних частинах міста і виникають на період будівництва, а потім переміщуються в інше місце (на відміну від головних офісів і промислових підприємств, що випускають продукт). Отже, будівельна галузь впливає на формування середовища. Позитивна сторона цієї політики – формування національного середнього класу, негативна сторона – використання праці некваліфікованих робітників з країн СНД, без створення умов для їх адаптації та подальшого професійного росту.

Ринок послуг будівництва знаходиться в процесі безперервного розвитку, по своєму динамізму перевищує розвиток більшості інших ринків. Про це, зокрема, свідчить швидка і кардинальна зміна актуальної проблематики його функціонування. Досліджуючи результати оцінки стану ринку в 2012–2014 рр. з аналогічною оцінкою 2010–2012 рр.,[118] можна спостерігати, по-перше, зміну характеру найбільш проблемних точок розвитку, по-друге, те, що лише частина проблем збереглася, незначно змінивши свої позиції, а інша, фактично помінялася на свою протилежність". Так трійка лідерів рейтингу проблемних точок змінилася з економічного переліку «високий рівень податків, неплатоспроможність замовників, висока вартість матеріалів, конструкцій, виробів» на організаційний перелік «відсутність єдиних стандартів узгоджень, нерозвиненість ринку і дефіцит».

З вище сказаного видно, що кожний показник залежить один від одного, і є однаково важливим для формування сфери послуг будівельного ринку. Отже, кожний критерій має функціонувати злагоджено і в сукупності з іншими критеріями, тоді ринок послуг діятиме ефективно і поповнить регіональний бюджет. Важливо приділити увагу не тільки критеріям, що впливають на

формування регіонального ринку послуг, але і критеріям оцінки розвитку сучасних підприємств в сфері будівельних послуг. Відбуваються зміни сфери послуг, які відображаються на інших галузях суспільного виробництва, на економіці країни в цілому, а також на умовах життя соціально-економічних груп. Виникають питання доцільності створення різних об'єднань підприємств з метою налагодження спільної діяльності та здійснення соціальних програм.

Наявність розвинуеного ринку послуг будівництва, що формує широку доступність і високу якість житлової та комерційної нерухомості, є обов'язковою умовою вирішення стратегічних завдань соціально-економічного розвитку України, де в поліпшенні житлових умов, за даними Державної служби України кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець 2013 року склала 808 тис. осіб.

Для забезпечення такої потреби потрібно нарощування і модернізація основних фондів для зростання та підвищення конкурентоспроможності будівельної галузі. Про те, що в даний час такий ринок відсутній, свідчить факт неухильного та спекулятивного зростання цін на нерухомість (так, наприклад, приріст цін на житлову нерухомість в Україні в період з 2003 по 2013 рр. склав більше 230%).

Отже, в даний час дуже важливо, щоб «верхівка», тобто сама держава, якщо не пропонує власні рішення, то хоча б надавала підтримку заходам, що надходять від нижчих верств, і допомагала їх впровадженню в складну систему вирішення соціальних проблем. Також, дії держави повинні бути направлені на гармонізацію та гарантію захисту інтересів кожної людини.

На сьогоднішній день одне з основних завдань соціальної відповідальності підприємств – соціальний захист населення від негативних наслідків ринкових відносин в економіці. Це припускає збільшення матеріальної бази, зміцнення здоров'я населення, розвиток сфери послуг для населення, задоволення попиту на якість товарів і послуг, створення можливості для поліпшення житлових умов, підтримку балансу між грошовими доходами населення і товарними ресурсами і, насамперед, забезпечення соціальної справедливості в суспільстві.

Найголовніше, чим на сьогодні відрізняється корпоративна соціальна відповідальність в Україні, – це брак традицій та переконливе покликання займатися соціально відповідальною діяльністю. Звичайно, корпоративна соціальна діяльність компаній може допомогти вирішити певні проблеми й отримати довгоочікувані результати, але без підтримки, розуміння і головне, співучасті громад, держави, неурядових та благодійних організацій пожертви компаній так і залишаться "жертвами".

При формуванні системи показників на передній план позиціонується управлінський аспект життєздатності підприємства, який виражається в інтеграційних процесах. Здійснення соціальних програм ґрунтується на використанні різних економічних розрахунків вивчення організаційних стратегій технічних аспектів і соціальних проблем.

Стабільна й розвинена економіка дає можливості суспільству вдосконалюватися і зростати. Водночас, саме суспільство має заохочувати підприємства до соціальної відповідальності, адже ця шляхетна справа не лише показує рівень розвитку суспільства, а й стає мірилом честі та сумління кожного громадянина. Основні юридичні аспекти, які турбують громадян – це відрахування на соціальний захист працівників, недосконалість системи пенсійного забезпечення працівників.

Аналіз програмних документів, в тій чи іншій мірі зачіпають формування ринку послуг з ремонту і будівництва, а також показує, що частина наявних проблем повною мірою усвідомлюється органами державної влади та місцевого самоврядування, інша ж повністю або частково випадає з їх поля зору. Даний факт з усією очевидністю свідчить про відсутність життєво важливої системи моніторингу і комплексної оцінки стану ринку. Крім того, рішення, пропоновані для виявлених проблем, часто являють собою лише загальні декларації, які не формулюються у вигляді конкретних системних заходів, є неоднозначними і викликають бурхливу полеміку. Таким чином, станом на сьогоднішній день справедливо говорити про відсутність на практиці єдиних методик оцінки і всеосяжного розуміння стану ринку, про безсистемність управління його

розвитком, що створює загрози для соціального та економічного розвитку України.

Аналіз контексту більшості з такого роду висловлювань дозволяє зробити висновок, що основна їх маса ототожнює поняття високорозвиненого і конкурентного ринку послуг у будівництві, не враховує всієї глибини змісту терміну «ринок». Разом з тим, значна частина віддає собі звіт у тому, що являє собою цей ринок, яким має бути його стан, щоб його можна було кваліфікувати як високорозвинений.

Відштовхуючись від інституціонального підходу до визначення даного терміну можна укласти, що під ринком послуг з будівництва слід розуміти механізм реалізації мотивуючого прагнення його суб'єктів до раціональної економічної поведінки, тобто до максимізації власної вигоди при мінімумі здійснюваних для цього витрат. Для розвинених економік характерно, що реалізація раціональної економічної поведінки тих чи інших суб'єктів здійснюється в легальних рамках, що фактично означає собою те, що суспільство створило дієві бар'єри, які перешкоджають реалізації інтересів одних на шкоду інтересів інших. В Україні, у даний час такі бар'єри ще не створені або залишаються недостатньо дієвими, що виливається в завдання збитків інтересам інвесторів (особливо це проявилось в разі індивідуальних співінвесторів при будівництві об'єктів житлової нерухомості), користувачів результатів будівельної діяльності, кінцева якість яких залишається вельми низькою і т.п.

З визначення фінансових ресурсів випливає, що залучення централізованих ресурсів відбувається на дуже низькому рівні. Як результат, будівельні підприємства вимушені використовувати для розвитку КСВ власні та залучені фінансові ресурси. Проте ситуація з будівництвом житла на даний час має негативний характер. Призупинення іпотечного кредитування банківськими установами (як будівельним організаціям, так і населенню) є однією з причин призупинення будівництва житла та будинків. Слід зауважити, що таке явище у наступних роках спричинить різке зниження введення в експлуатацію житла. Сформована ситуація у житловому будівництві спричинена іпотечним бумом у

2007-2008 роках. Розраховуючи на шалений прибуток банки надавали кредити під високі відсотки та без усяких зобов'язань з боку позичальників.

Соціальна проблема виникає в тому випадку, коли значна кількість людей вважає, що існуюча ситуація несумісна з цінностями і необхідно діяти з метою її зміни. Соціальні проблеми виникають на макро-, мезо - і мікрорівнях суспільства. Рівень, на якому виникає соціальна проблема, визначає її масштаб, місце локалізації, соціальні наслідки і т.п. Соціальні проблеми мають кількісні характеристики і можуть бути соціологічно виміряні. Це повною мірою відноситься і до соціальних проблем будівельної галузі.

Будучи найбільшим і активним учасником національної економічної системи будівельна галузь, завдяки своєму активному функціонуванню, створює складну систему соціальних відносин. Дана система соціальних відносин включає в себе: соціальні відносини усередині різних будівельних організацій; відносини між будівельними організаціями – виробниками певної продукції і споживачами даної продукції, в першу чергу, фізичними особами. Фінансові ресурси будівельної організації виступають як головні фактори, які впливають на становлення і розвиток соціальної орієнтованості підприємств. В умовах регульованого ринку частіше застосовується як показник, який є реальним відображенням впливу на впровадження КСВ (рисунок 2.4).

Розглядаючи види та напрями впровадження будівельних послуг за видами ринкових суб'єктів (рисунок 1.1) визначаємо ефективність впровадження соціальних послуг за видами ринкових суб'єктів для вирішення ряду завдань соціально - економічного розвитку. Дотримуватися точки зору, що при будівельній діяльності необхідно використовувати їх з великою обережністю. Справа в тому, що, по-перше, від процесу і результатів аналізованої діяльності багато в чому залежить безпека суспільства, по-друге, в силу причин результати будівельної діяльності є своєрідним суспільним благом. Останнє диктується тим, що недостатність і недоступність таких результатів в частині житлової нерухомості означає собою «маргіналізацію суспільства», а в частині комерційної нерухомості – відставання вітчизняної економіки від економік – конкурентів.

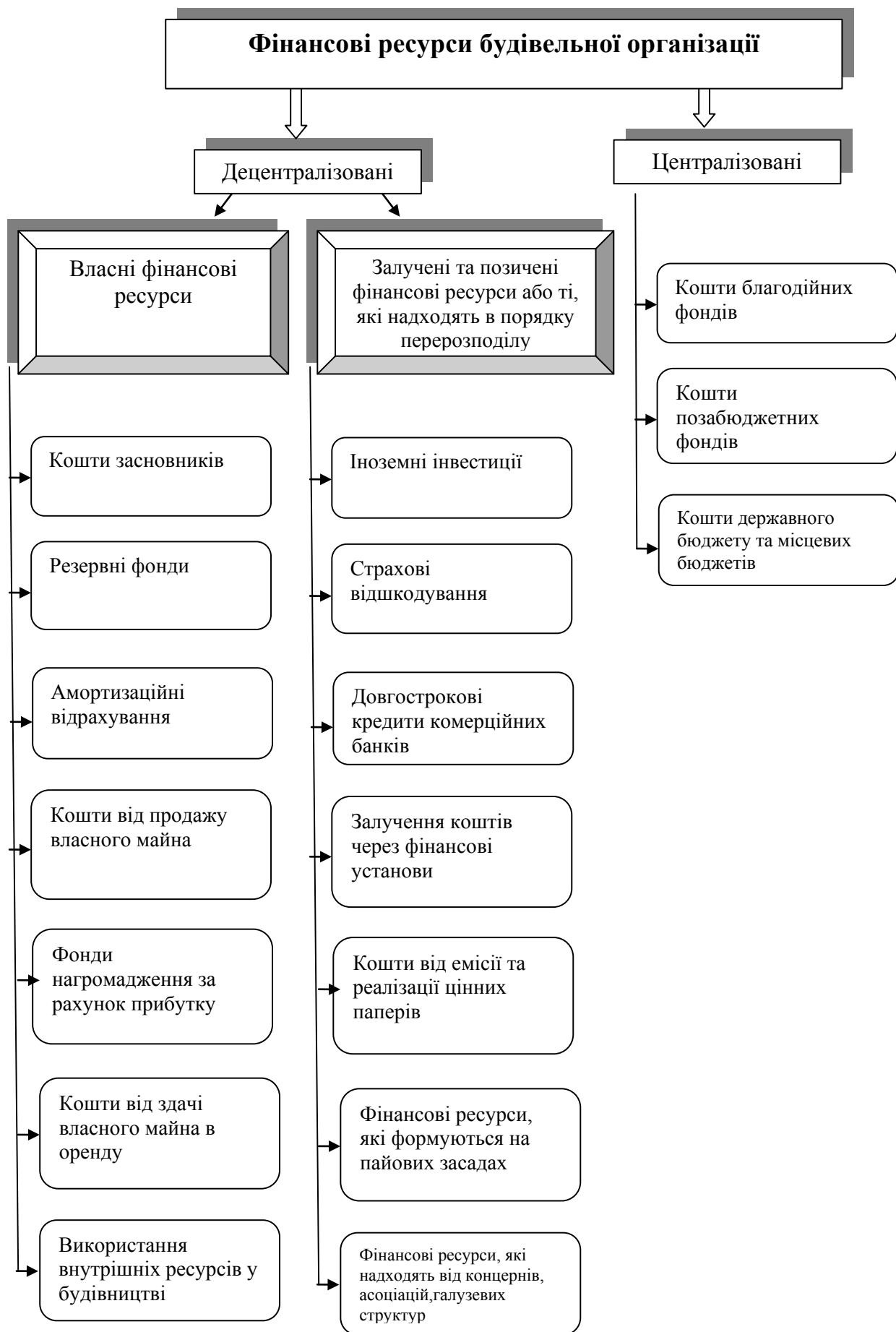


Рисунок 2.4 – Джерела формування фінансових ресурсів будівельної

Таким чином, при впровадженні будівельної діяльності інституціональний механізм ринку повинен розумно поєднуватися з інституційним механізмом державного регулювання як інструменту дотримання громадських інтересів.

З іншого боку, ринок послуг може розглядатися як якесь організаційно – економічний простір або механізм, покликаний здійснювати на різних рівнях реєстраційну, комунікаційну, перерозподіляються й інші функції. Саме до такого підходу визначення ринку і відноситься згадуване твердження щодо необхідності мати високорозвинений або конкурентний ринок послуг. Даний контекст розгляду ринку послуг з будівництва також відстає багато «білих плям»:

По-перше, складно визначити і чисельно описати, який ринок є конкурентним, а який ні. Вербальні ж по своїй суті визначення ринків чистої і олігополістичної конкуренції виявляються при практичній постановці питання непридатними.

По-друге, в силу нерівної концентрації капіталу, здібностей менеджменту тощо, навіть конкурентний ринок схильний рухатися по траєкторії згасання конкуренції з поступовим переходом в монополію.

По-третє, ринковий організаційно-економічний механізм у випадку послуг і будівельної діяльності не може і не повинен розглядатися як однорідний і єдиний в межах національної економіки. Тут присутні індивідуальні (локальні) особливості, які диктуються різницею економічних, інвестиційних та інших стартових позицій і потенціалів місцевих економік, а також тим, що вплив факторів здійснення будівельної діяльності є вельми скрутним процесом.

Перераховані організаційно-економічні особливості функціонування ринку послуг будівництва поглиблюються використанням адміністративного ресурсу, настільки характерним для вітчизняної економіки. Таким чином, конкурентність ринку послуг будівництва сама по собі є досить абстрактним критерієм і, крім того, в деяких умовах вона не є гарантією належного виконання соціальної функції даного ринку. Відповідно, між поняттями високорозвиненого і конкурентного ринку послуг з ремонту і будівництва не може бути поставлений знак рівності.

Стабільний розвиток підприємств в Україні залежить від їх фінансової забезпеченості та використання інформаційних індикаторів, які виступають стимулом, що відображає їх ринкову стійкість, активізацію соціальної відповідальності. Розробка стратегічних цілей підприємства повинна здійснюватися на підставі інституціональних інструментів з обов'язковим відображенням соціальної звітності. Активний розвиток підприємства залежить від наявності передумов, таких як законодавство і ділова культура, однак слід уникати спонтанних непродуманих рішень, виконання яких не передбачено стратегічними планами [93, с. 52].

Проводячи аналіз і порівняння будівельних організацій, ми впираємося у відсутність даних для оцінки. Будівельний ринок на всіх рівнях дуже непрозорий. Компанії починають надавати інформацію про свою діяльність тільки у випадках гострої потреби у фінансуванні з боку інвесторів та банківських установ.

Таблиця 2.2 – Аналіз факторів впливу на будівельну галузь

Група факторів	Фактор	Прояв фактору (стан)
Замовники	Стан і тенденції розвитку ринку будівельних послуг	Збільшення переліку послуг пропонуваніх на ринку
	Рівень зміни потреб, переваг, смаків	Спостерігається зростання потреб у якісних будівельних послугах
	Торговельна сила замовників	Зменшення купівельної спроможності
Постачальники	Рівень привабливості постачальників	Поява нових постачальників будівельних матеріалів
	Раціональність договірної політики підприємства	Обговорюються умови оплати, строки, пеня за недотримання строків поставки
Конкуренти	Стан конкурентної боротьби й ситуація в галузі	Збільшення кількості будівельних підприємств у регіоні
	Сила конкурентного тиску	Збільшується
	Конкурентна сила найбільш активних конкурентів	Збільшується

Після загальної оцінки впливу факторів необхідно звернути увагу на діяльність підприємства й виявити фактори позитивного впливу (можливостей) і негативного впливу (погроз), для цього використовуємо досить розповсюджений метод такий як SWOT - аналіз, що наведений у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – SWOT - аналіз

Сильні сторони	Можливості
1. Висока якість послуг. 2. Висококваліфікована команда робітників. 3. Пропонування послуг, які відсутні у пропозиціях конкурентів.	1. Розширення номенклатури будівельних послуг. 2. Пропозиція недорогих робіт в порівнянні із конкурентами. 3. Посилення реклами.
Слабкі сторони	Загрози
1. Висока кредиторська заборгованість 2. Фірма мало впізнана через свою молодість.	1. Зменшення попиту на якісні роботи. 2. Зменшення купівельної спроможності. 3. Збільшення конкурентного тиску. 4. Збільшення податкових ставок.

У стратегічному аналізі пріоритетними факторами є: споживачі, конкуренти, постачальники, закони й державні органи, профспілки.

За результатами ситуативного аналізу видно, що організації мають внутрішні сили й ресурси для реалізації можливостей і протистояння погрозам. Такі внутрішні вади як тиск великих конкурентів та маловпізнаність фірми, – від них необхідно якнайскоріше позбавлятися.

Основною потребою суспільства виступає потреба у формуванні людського капіталу, встановлення пріоритетів у розвитку культури, науки, соціального захисту персоналу та запровадження стандартів якості освіти. Здійснення інноваційних процесів на підприємстві націлені на досягнення даних потреб за межами власне виробничого циклу, тобто, на суспільство в цілому.

Щодо розбудови ефективної житлової політики як напряму відповідності умов економіки реаліям сьогодення та організаційних засад створення і реалізації процедур КСВ для формування конкурентного середовища на внутрішньому ринку, то ця робота стримується через відсутність законодавчого механізму. Те, що робиться будівельними організаціями, які на власному ентузіазмі впроваджують принципи КСВ, явно недостатньо для істотних змін. На сьогодні державою не враховується значення житлового будівництва не лише з соціальної точки зору, але й як одного з найбільш дієвих механізмів загального оздоровлення економіки. У 90-х роках капітальні інвестиції у розвиток соціальних програм становили приблизно 1/5 частку ВВП. Підприємства будівельного комплексу забезпечували стабільні надходження коштів до бюджету, давали роботу сотням

тисяч людей [166].

У даний час ситуація стала критичною (рисунок 2.5, таблиця 2.4). Слід зауважити, що в порівнянні з 2000 роком у 1,5 рази збільшилася кількість підприємств зайнятих у будівельній сфері, але у той же час приріст працівників тільки 8%. Це свідчить про те, що спостерігається «дроблення» потужностей галузі, що й призвело до значного спаду виробництва та введення житла в експлуатацію. Частка вкладень у спорудження житла в їх загальному обсязі по області становила 3,8% проти 11,9% у середньому по Україні. Натомість у таких індустріально розвинених областях як Луганська і Запорізька, цей показник був ще нижчим (3,5%).



Рисунок 2.5 – Структура інвестиції в основний капітал у житло за джерелами фінансування у 2013 році (у відсотках до загального обсягу) [172]

У розрахунку на одну особу постійного населення обсяг інвестицій у житло склав 149,4 грн., що відповідає 22 місцю серед інших регіонів держави. По Україні цей показник становив 393,5 грн., найвище його значення у м. Києві (1726 грн.), найнижче – у Луганській області (65,4 грн.).

Таблиця 2.4 – Кількість працівників, зайнятих на підприємствах будівельного комплексу [171]

№ п/п	Показники роботи будівельного комплексу	Одиниці виміру	Виконання по роках						
			2000	2005	2009	2010	2011	2012	2013
1.	Кількість підприємств	Одиниці	383	515	478	543	594	673	584
2.	Середньооблікова чисельність працівників	тис. осіб	8,6	9,1	8	10,2	10	10,2	9,3

Серед міст та районів області найбільше капіталовкладень на одного мешканця мали Петриківський (507,9 грн.) і Апостолівський (396,3 грн.) райони. Значні обсяги також освоєно у м. Дніпропетровську (367,1 грн.) і Новомосковському районі (317,5 грн.).

Натомість у м. Дніпродзержинську, Покровському та Томаківському районі вони не перевищили 10 грн., а у Васильківському районі – не досягли навіть 2 грн. [172]

При проведенні автором наукового дослідження було виявлено, що більше 23% респондентів основною перешкодою для розвитку будівництва вважають відсутність економічних стимулів. Недостатній рівень підтримки з боку місцевої влади і обмеженість матеріальних ресурсів населення займають приблизно друге місце.

Традиційно керівництво підприємства виділяє основні пріоритети в діяльності компанії, а саме: виплата податків з заробітної плати, випуск якісної продукції, введення відкритої ділової практики. Слід зазначити, що стратегічні цілі підприємства обмежені на макроекономічному рівні. Тим не менш, організація прагне вчасно сплачувати податки і підтримувати гідний рівень заробітної плати. На рівні міста основне завдання полягає в наповненні бюджету податковими виплатами. На рівні області збереження продуктової ніші на галузевих ринках. Саме у тому, що велика частина будинків будується за рахунок коштів населення – основна соціальна небезпека наслідків нинішньої кризи будівельної галузі.

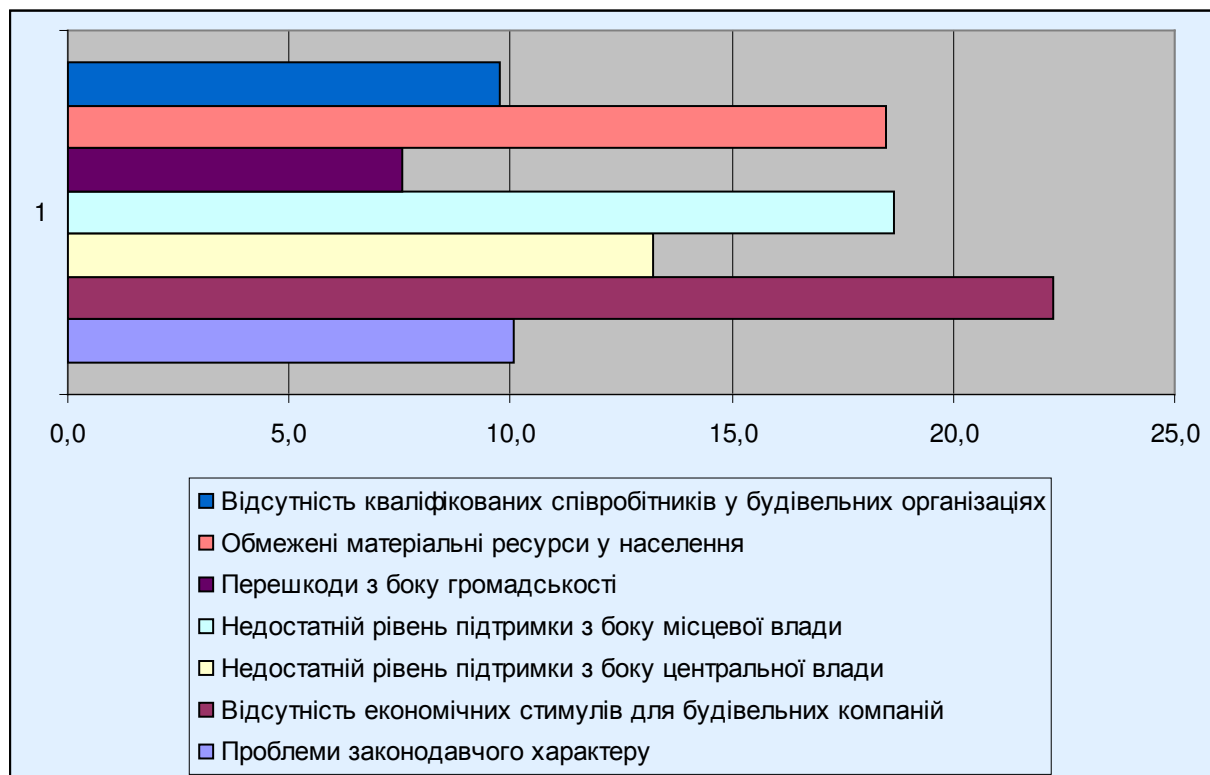


Рисунок 2.6 – Труднощі, які перешкоджають розвитку будівництва

Адже практично по всіх об'єктах у забудовників є зобов'язання перед людьми - інвесторами, що вклали гроші в їх будівництво. Порядні і відповідальні компанії розуміють, що вони узяли гроші у приватних інвесторів і зобов'язані виконати свої зобов'язання перед ними. Якщо забудовник працює на ринку прозоро, привернуті засоби були вкладені в будівництво житла, і не його вина, що змінилися зовнішні умови господарювання (не вистачає якоїсь частини коштів, щоб завершити будівництво, ввести будинок в експлуатацію і виконати зобов'язання перед інвесторами). Але на цю суму в будинку є не продані, вільні від зобов'язань квартири. Держава повинна допомогти і людям, і забудовникові, виділивши кошти на закінчення будівництва [107, с.259].

Головним стимулом участі в такій політиці є підтримка взаємовигідних відносин з адміністративно-владними структурами тому, що керівники підприємств впевнені, що їх імідж організації безпосередньо залежить від рівня впровадження соціальних програм, які, в свою чергу, допомагають встановити

взаємовигідні відносини між виробничим сектором і державою, що також впливає на можливість отримання конкурентної переваги на ринку послуг. Мабуть, це обумовлено більшою мірою персоніфікації відносин, розвинених в українському співтоваристві.

Будівництво – одна з галузей народного господарства, яка потерпає від кризових ситуацій. Згортаються нові проекти, зменшується обсяг будівництва, виникає загроза зупинки об'єктів, які знаходяться на завершальній стадії. Відбувається зменшення замовлень на будівельні матеріали, що призводить до закриття підприємств. Простежимо динаміку спаду на основних показниках інвестицій в основний капітал (табл. 2.5), та введення в експлуатації житла (табл.2.6). Як видно із табл. 2.5 в період з 2010-2013 інвестиції склали усього 274,803 (млн. грн.), з 2010 по 2012 рр. стабільніший приріст інвестицій, а на 2013р. відмічено різке зниження інвестицій в порівнянні з 2012 р. У 2013 році обсяг інвестицій скоротився, відносно 2010 року виріс майже на 31 %, але відповідно попереднього року скоротився на 17%. На 2013 р. спостерігається зниження інвестування будівництв по всіх джерелах фінансування, окрім на будівництва власних квартир. Слід звернути увагу, що з 2010 по 2012 рік інвестування будівництва коштів населення на будівництво власних квартир майже не змінювалось. Але з 2013 р. цей показник має тенденцію до зростання.

Таблиця 2.5 – Капітальні інвестиції за джерелами фінансування [172]

тис.грн.				
	2010	2011	2012	2013
Усього	53725841	71142412	79614190	70320590
У т.ч. за рахунок				
Коштів державного бюджету	3600162	5469659	5105578	1515185
Коштів місцевих бюджетів	1109821	947717	1397376	1024090
Власних коштів підприємств та організацій	34872734	45634498	56017521	49893579
Кредитів банків та інших позик	6918811	12387882	11169047	10576365
Коштів іноземних інвесторів	1181610	1358152	1653792	1217054
Коштів населення на будівництво власних квартир	2209445	2094921	2026277	3527477
Коштів населення на індивідуальне житлове будівництво	798431	926105	850202	645992
Інших джерел фінансування	3034827	2323478	1394397	1920848

Продовження таблиці 2.5

У відсотках				
Усього	100	100	100	100
У т.ч. за рахунок				
Коштів державного бюджету	6,7	7,7	6,4	2,2
Коштів місцевих бюджетів	2,1	1,3	1,8	1,5
Власних коштів підприємств та організацій	64,9	64,1	70,4	71
Кредитів банків та інших позик	12,9	17,4	14	15
Коштів іноземних інвесторів	2,2	1,9	2,1	1,7
Коштів населення на будівництво власних квартир	4,1	3	2,5	5
Коштів населення на індивідуальне житлове будівництво	1,5	1,3	1,1	0,9
Інших джерел фінансування	5,6	3,3	1,7	2,7

Аналізуючи таблицю можна відмітити, що найбільш перспективним для інвестицій був 2012 рік.

Можна виділити найбільш розповсюджені та актуальні напрями КСВ компаній, такі, як обмеження сфер діяльності будівельних підприємств горизонтом середньострокових завдань, націлених на збереження в умовах кризового розвитку місця підприємства в конкурентному середовищі. «Пояснюється, по-перше, нестабільним політико-економічним положенням в країні і невідпрацьованим законодавством; по-друге, прагненням підприємств адаптуватися до нестабільної господарської обстановки за рахунок відмови від виконання частини функцій, властивих підприємствам в розвинених країнах світу, як обтяжливих в конкретних фінансових ситуаціях; по-третє, перемиканням на рішення пріоритетних завдань відтворення робочої сили на підприємствах "(освіта, житлові умови, підтримка здоров'я)" [49, с.66].

У таких умовах слід зауважити, що впровадження соціальної допомоги суспільству стає дуже складним завданням. Але не слід забувати, що КСВ – це прямі інвестиції у власне майбутнє. Відповідальність перед суспільством стає сьогодні нормою для багатьох будівельних компаній, які не тільки приділяють увагу соціальним питанням своїх співробітників, вони також виділяють кошти на добродійність, реалізацію проектів у сфері освіти, охорони здоров'я, спорту і

культури, подають реальну підтримку соціально незахищеним громадянам.

Таблиця 2.6 – Введення в експлуатацію житла за видами житлових будівель

Роки	Усього	(тис.м ² загальної площі)		
		У тому числі у житлових будівлях		
		одноквартирних	з двома та більше квартирами	гуртожитках
2005	7815,9	4385,7	3410,9	19,3
2010	10495,6	5919,9	4531,1	44,6
2011	6399,6	2363,3	4015,8	20,5
2012	9339,3	6266,8	3050,4	22,1
2013	9410,4	5189	4178,9	42,5

Дивлячись на показники роботи будівельного комплексу можна сказати, що з 2005 р. спостерігається стабільний зріст введення житла в експлуатацію, житло стабільно зростає, але в 2011 р. відмічено різке зниження показників на 40%.

Введено в експлуатацію індивідуальних житлових будинків 1084,5 тис.м², протягом дослідного періоду відбувається коливання показника: в 2011-2013 рр. введення в експлуатацію стабільно зростає.

Соціальна система має право накладати обмеження, формувати умови розвитку підприємства і визначати значною мірою мотивацію, тобто цілі даного розвитку. «Роблячи вплив на формування і реалізацію первинних і вторинних потреб суспільства, підприємства тим самим виконують свою соціальну функцію або реалізують соціальну відповідальність перед суспільством як макросистемою, органічною частиною якої вони є. Над ринковим інтересом, умовно званим «прибуток», стоїть інтерес надсистеми «суспільна доцільність». Якщо інтерес прибутковості (підсистемний) запанує над інтересом самозбереження суспільства (системний інтерес), то загине не тільки система (суспільство), але і підсистема (підприємство) зі всіма своїми реалізованими і нереалізованими цілями та інтересами. У довгостроковій перспективі ніхто не може чекати отримання прибутку, якщо вся соціальна система буде зруйнована»[49, с.115] .

Підприємства, приймаючи на себе частку відповідальності, беруть участь в

рішенні соціальних задач, при цьому найбільш ефективним буде сумісне співтовариство, а не підміняючи при цьому державу та інші інститути.

«Економічна діяльність виявляється «вбудованою» в існуючі соціальні відносини. Дослідження структур мережі показали, що соціальні взаємини між індивідами або їх «суспільний капітал» істотно полегшують доступ до важливих ресурсів і інформації. Відчуття приналежності до касты і співтовариства, витікаючи з членства в кластері, а також почуття «громадянського обов'язку» за межами своїх вузьких інтересів переводять фірму з розряду окремого суб'єкта безпосередньо в категорію економічних цінностей, збереження і підтримка яких є завданням суспільного виробництва» [49. с.83].

Іншими словами, виконання підприємством функцій соціальної відповідальності обумовлене його характеристикою як частині, що знаходиться в стані взаємообміну з макросистемою, жити в суспільстві і бути вільним від суспільства неможливо. В той же час, стабільність відносин взаємообміну припускає його здатність контролювати на користь свого функціонування, тобто суспільство повинне мати важелі дії на підприємство, здатне примусити його до підтримки стабільності системи. Прикладом зворотних зв'язків служить фінансова система підприємства, недостатньо ефективного функціонування якої здатне значно обмежити ринкову свободу підприємства [49. с.83]. Саме тому, роль держави виступає в покликанні вирішувати ці проблеми і, взагалі, прагнути не допускати їх виникнення, тобто, проводити їх певну профілактику.

За оцінками статистичних даних, збільшення частки кредитування будівельних підприємств у 2009-2011 рр. склало 14-17% на рік, а в 2012-2013 рр. – 5-10%. У 2014 р. надано кредитів забудовникам житла на суму не більше 15% від потреби забудовників. Було встановлено, що потенційні можливості кредиторів з надання таких цільових позик можуть, починаючи з 2009-2010 рр., в повній мірі забезпечити потреби будівництва житла. Проте, для реалізації за кредитуванням забудовників, необхідно створити умови для збільшення потенційних можливостей кредитних організацій. Підвищити надійність і привабливість кредитування будівельних підприємств [168].

Розвиток банками кредитування забудовників житла гальмується через такі проблеми, як:

- відсутність забезпечення кредитів (відсутність прав власності на земельну ділянку і труднощі застави об'єктів незавершеного будівництва);
- високий рівень ризик кредитування будівництва;
- низький рівень прозорості фінансово-господарської діяльності будівельних компаній;
- відсутність у банків достатніх фінансових ресурсів;
- низький рівень підготовки бізнес-планів, проектів по будівництву житла, довгий термін підготовки і затвердження проектної документації.

Викладені чинники далеко не вичерпні. Рішення державної задачі доступності житла немислимо без заходів щодо скорочення витрат забудовників, підрядних організацій і підприємств будіндустрії. Сучасних умовах необхідно з обережністю підходити стимулювання системи кредитування, зокрема, надання субсидій на іпотечне кредитування може викликати зростання цін і привезти до погіршення ситуації з доступним житлом.

Об'єми житлового будівництва поки недостатні (табл. 2.7). В майбутньому, основним завданням будівельного комплексу виступає необхідність збільшення обсягів введення нових площ, що забезпечує поступове оновлення житлового фонду або задовольняє попит на житло з боку населення. Потенційні потужності будівельних компаній по регіонах (містам) по будівництву житла оцінюються на рівні 0,6 кв. м на людину в рік, що приблизно відповідає рівню введення житла. Збільшення об'ємів житлового будівництва в 2014 р. потребує розширення будівельних потужностей на 36%.

Аналізуючи таблицю можна сказати, що загальна площа всього житлового фонду з 1999 по 2012 рр. планомірно зростає з 41,9 млн.м² до 44.33 млн.м² за даний період. При цьому спостерігається зростання житлової площі на одного жителя з 1999 по 2012 рр. від 22.5 до 27 м².

Таблиця 2.7 – Розвиток житлового фонду України [167]

Рік	Весь житловий фонд, загальної площі, млн.м ²	У середньому на одного жителя, м ² загальної площі	Кількість квартир, всього, тис.					Кількість сімей, які перебували на квартирному обліку на кінець року, тис.	Кількість сімей, які одержали житло протягом року, одиниць
			Всього	з них:					
				1-х кім- натних	2-х кім- натних	3-х кім- натних	4-х більше кімнатних		
1999	41,9	22,5	747	115	252	268	112	67,3	2498
2000	42,5	23	746	117	260	255	114	64,3	2411
2001	42,8	23,3	754	118	262	258	116	60,4	1687
2002	43,5	24,7	758	119	263	256	120	49,3	1096
2003	43,4	24,9	755	119	262	254	120	49	695
2004	43,33	25,1	751	117	259	254	121	48,3	639
2005	43,33	25,4	7483	115	258	253	122	33,4	840
2006	43,43	25,6	7453	114	257	252	123	33,2	1041
2007	43,43	26,1	7433	114	256	251	123	33	708
2008	43,83	26,3	7483	113	256	253	126	31,8	902
2009	43,93	26,5	7483	113	257	253	125	31,7	372
2010	44,03	26,7	7473	113	258	252	124	28,3	243
2011	44,03	26,8	7463	114	259	249	124	26,5	97
2012	44,33	27	7473	114	261	251	121	26,3	62
2013	44,05	26,8	7470	113	260	249	120	26,8	59

Разом з тим спостерігається тенденція до зменшення кількості сімей, які отримували житло з 2498 у 1999 р. до 59 одиниць у 2013 р. Також за даний період відмічено зменшення сімей, які перебували на квартирному обліку з 1999 р. – 67,3 тис. по 2013 р. – 26,8 тис. сімей.

При цьому, кількість кімнат в аналізованому періоді практично залишалася незмінною.

За характером будівництва обсяги робіт розподілились таким чином: роботи з нового будівництва, реконструкції та технічного переозброєння склали 79,2% від загального обсягу, решта – з капітального і поточного ремонтів (14,7% та 6,1% відповідно). Таким чином, аналізуючи обсяги виконаних будівельних робіт по регіонам у 2013 році, слід звернути увагу на активізацію та деяке пожвавлення в роботі будівельного комплексу. (таблиця 2.8).

Таким чином, не можна допустити збільшення попиту населення над темпами збільшення пропозиції житла. В даному випадку необхідно розробити ефективні механізми боротьби з монополізацією галузі, розвинути політику протекціонізму з метою зниження бар'єрів на ринку житлового будівництва.

Таблиця 2.8 – Обсяги виконаних будівельних робіт за регіонами у 2013 році [172]

	Виконано будівельних робіт, усього	З них на будівництві			
			У тому числі		інженерних споруд
			житлових	нежитлових	
1	2	3	4	5	6
Україна	58879,8	27834,9	10206,4	17628,5	31044,9
Автономна Республіка Крим	2143,9	730,7	400,3	330,4	1413,2
області					
Вінницька	1419,7	723,2	244,3	478,9	696,5
Волинська	650,7	390,2	143,6	246,6	260,5
Дніпропетровська	4857,3	1374	196,5	1177,5	3483,3
Донецька	7731,2	3154,9	487,6	2667,3	4576,3
Житомирська	577,9	280,2	37,1	243,1	297,7
Закарпатська	352,4	135,8	45,3	90,5	216,6
Запорізька	1421,4	556,4	37,1	519,3	865
Івано- Франківська	1265,3	832,7	203,2	629,5	432,6
Київська	2948,4	1381,6	538,4	843,2	1566,8
Кіровоградська	487,4	309,3	27,6	281,7	178,1
Луганська	1598,6	531,6	115	416,6	1067
Львівська	2348,1	1307,5	487,6	819,9	1040,6
Миколаївська	964,5	403,4	85	318,4	561,1
Одеська	4182,7	1183,4	716,3	467,1	2999,3
Полтавська	3413,1	752,2	214,4	537,8	2660,9
Рівненська	1318,3	326,9	78,3	248,6	991,4
Сумська	740,2	436,4	198,3	238,1	303,8
Тернопільська	688,3	483,7	278,8	204,9	204,6
Харківська	3690,8	1363,1	477	886,1	2327,7
Херсонська	540,9	298,2	68,1	230,1	242,7
Хмельницька	873,5	555,1	274,3	280,8	318,4

Продовження таблиці 2.8

1	2	3	4	5	6
Черкаська	840,3	535,8	270,4	265,4	304,5
Чернівецька	878	360,3	225,2	135,1	517,7
Чернігівська	463,2	279,1	127,7	151,4	184,1
м. Київ	12025,4	8847	4012,6	4834,4	3178,4
м. Севастополь	458,3	302,2	216,4	85,8	156,1

Рішення даної задачі направлене на перехід до конкурентних процедур надання земельних ділянок на торгах, блокування монополізації і протекціонізму, розширення доступу забудовників на ринок житлового будівництва, зниження тимчасових і фінансових витрат на стадії підготовки проектів і отримання дозволу на будівництво.

Визнаючи пріоритет життя і здоров'я працівників по відношенню до результатів будівельної діяльності, компанії повинні прагнути до зниження ризику на робочих місцях, попередженню нещасних випадків на будівельному майданчику, досягненню високого рівня безпеки і охорони праці. Це досягається за допомогою інтегрованої системи менеджменту промислової безпеки. Потреба будівельної галузі в кадрах певної кваліфікації створює попит на кваліфіковану і некваліфіковану робочу силу, задовольняється через систему функціонуючих в суспільстві соціальних інститутів. До таких інститутів можна віднести: систему середньої спеціальної та вищої професійної освіти, систему легальної та нелегальної трудової міграції, систему підготовки та рекрутування кадрів для вищої керівної ланки великих будівельних організацій.

В будівельній сфері складні, часто мінливі умови праці: працює велика кількість тимчасових працівників, мігрантів, багато партнерів; низький технічний і технологічний рівень виробництва; висока ступінь зносу основних фондів і повільне оновлення будівельної техніки. Робота в таких умовах веде до стресів, появи фізичного, психофізіологічного, емоційного і соціального напруження, сприяє можливості нещасних випадків і захворюванню. Тому до умов діяльності, особливо до охорони праці, дотримання нормативів і законів в будівельній сфері має бути пильна увага. Проблема охорони праці залишається однією з найважливіших проблем даної сфери. Між тим, результати соціологічних

досліджень показують, що керівники будівельних підприємств оцінюють проблему охорони праці як «одну з багатьох». На практиці можна бачити зневажливе ставлення до нормативних актів, законодавства, які нерідко застаріли, що призводить до високого травматизму.

Поряд з вирішенням суспільно значущих завдань, можливо і часто відбувається виконання будівельними організаціями непередбачених інституційним статусом видів діяльності в інтересах вузького кола осіб. Особливо це характерно для установ, що мають статус державних або муніципальних. Мова йде, наприклад, про корупційну діяльність, що виявляється в різноманітних формах, зокрема через привласнення державних коштів шляхом завищення вартості виконуваних робіт або їх фіктивного характеру.

В деяких випадках це може бути непередбачена статутом організації економічна діяльність: торгівля, здача будівельного майданчика чи парку будівельної техніки в оренду і т. п. Підсумок: дана діяльність є фіктивне задоволення заявлених суспільних потреб шляхом витіснення призначеної для їх задоволення видів діяльності.

Соціальна відповідальність відбувається завдяки корпоративним рішенням та заходам спеціалізованих, комплексних соціальних програм.

На реалізацію цілей та завдань соціальної відповідальності зорієнтований складний механізм і представлений таким чином:

- суб'єкт соціальної відповідальності – підприємство, представлене сукупністю всіх його органів і підрозділів, орієнтованих на регулювання соціальних відносин;
- об'єкт соціальної відповідальності – соціальні процеси в суспільстві у всіх різноманітних формах прояву та їх змістовному різноманітті;
- нормативно-правові акти, що регулюють взаємодію між суб'єктами і об'єктами соціальної відповідальності;
- наочна діяльність за рішенням завдань соціальної відповідальності на різних етапах, яка охоплює оцінку ефективності реалізації соціальних програм;
- суспільні процеси та інші інститути цивільного суспільства [8, с. 241].

Практично, організаційний компонент КСВ – це виконання конкретних стратегічних завдань. Науково обґрунтована та «зважена» корпоративна соціальна відповідальність, яка складає важливішу змістовну основу, аналогічна до інтересів суспільства.

Зважаючи на той факт, що бізнес об'єктивно виступає могутньою силою позитивної соціальної зміни, пропонуються наступні принципи як основи діалогу і дії лідерів бізнесу у пошуках конкретних шляхів і форм досягнення. Слід особливо підкреслити необхідність опори на моральні цінності в ухваленні ділових рішень.

Виділяють основні принципи, які впливають на стійкі взаємовигідні ділові відносини і повноцінний розвиток світової спільноти:

Принцип 1. Відповідальність підприємств: від акціонерів до стейкхолдерів. Цінність підприємств для суспільства – багатство і зайнятість населення, які воно створює; ринкові продукти і послуги, якими забезпечує споживачів за розумними цінами, сумірними з якістю. Щоб забезпечувати таку цінність, бізнес повинен підтримувати власне здоров'я і життєздатність. Проте виживання підприємств і підвищення їх життєздатності не є самоціллю.

Бізнес покликаний виконувати роль каталізатора зростання благоденствування своїх споживачів, працівників і інвесторів шляхом справедливого розподілу між ними створеної доданої вартості. Постачальники і конкуренти також чекають від підприємств винагороди за виконання своїх зобов'язань, але вже у формі чесності і справедливості. Як відповідальні корпоративні громадяни місцевих, національних і регіональних общин, на території яких функціонують компанії, бізнес бере активну участь у формуванні майбутнього цих общин.

Принцип 2. Участь підприємств в економічному і соціальному розвитку виходить за межі приймаючих країн і розповсюджується на всю світову спільноту у формі розумного і ефективного використання природних ресурсів, вільної і справедливої конкуренції, впровадження інновацій в технологіях, виробничих методах, маркетингу і комунікаціях.

Принцип 3. Поведінка підприємств: від букви закону до духу довіри.

Цивілізований бізнес безумовно законопокірний. Проте власна щирість, безсторонність, вірність слову і прозорість в діях народжують не тільки взаємну довіру і надійність у відносинах, але й вигідне зниження трансакційних витрат, особливо на міжнародному рівні.

Принцип 4. Пошана правил.

Щоб уникати торгових розбіжностей і сприяти вільній торгівлі і рівним умовам конкуренції, бізнес повинен поважати міжнародні і місцеві правила ведення справ. Крім того, лідери підприємств повинні враховувати, що деяка поведінка компаній, хоч і законно, може мати несприятливі наслідки.

Принцип 5. Підтримка багатобічної торгівлі.

Бізнес зобов'язаний підтримувати багатобічні торгові системи ВТО та інші міжнародні угоди. Він повинен співпрацювати з іншими у встановленні прогресивної і розумної лібералізації торгівлі, ослабляти дію тих місцевих заходів, що надмірно перешкоджають розвитку глобальної комерції і, при цьому, віддаючи належну пошану проведенню політики захисту національних цілей.

Принцип 6. Пошана до навколишнього середовища.

Бізнес зобов'язаний дбайливо відноситися до біологічного місця існування, по можливості покращувати його, сприяти стійкому розвитку і запобігати марнотратному використанню природних ресурсів.

Принцип 7. Уникнення незаконних операцій.

Цивілізований бізнес не ображає себе хабарництвом, не бере участь у відмиванні грошей та інших корупційних операціях. Навпаки, він шукає співпрацю по їх запобіганню. Відомі аксіоми соціально відповідального бізнесу: не торгувати зброєю; не займатися виробництвом, перевезенням і розповсюдженням наркотиків; не співпрацювати з організованою злочинністю, наскільки б це не було прибутковим.

Об'єктом вивчення в будівельній сфері стають групи і спільності, зайняті будівельною працею, і будівельні організації, які є суб'єктами будівельної діяльності. Необхідно зазначити, що політика КСВ частіше проводиться у великих компаніях, де є складна структура трудового колективу і, відповідно, відсутні

безпосередні взаємини між представниками різних рівнів організаційної структури компанії або фірми. Саме результати анкетування можуть стати основою для прийняття рішень щодо підвищення ефективності функціонування будівельної організації завдяки подоланню існуючих в її діяльності проблем.

Розглядаючи будівельну галузь, потрібно відзначити, що вона є суб'єктом, який активно впливає на формування добробуту стейкхолдерів через ринок житла. Масове будівництво доступного за ціною житла найчастіше ведеться на околицях міст. Але навіть для придбання «доступного» житла необхідно володіти певним рівнем доходів, які б дозволили купити житло відразу чи придбати його у системі іпотечного кредитування. У результаті цього формуються значні житлові масиви з однорідною соціальною структурою, що складається з родин – представників середнього класу у віці 35-45 років, що виховує одну або двох дітей. Забезпечуючи певну соціальну і економічну стабільність для даної міської території, така соціальна структура може зазнати суттєвих змін після закінчення 25-30 років, що пов'язано з відходом більшої частини населення на пенсію.

2.2. Перспективи і практика реалізації соціальної відповідальності в іноземних корпоративних моделях

У розвинених країнах соціальна діяльність розглядається як невід'ємна частина діяльності підприємств. Відмітною ознакою є підвищення ролі соціальних програм. Отримання прибутку ставиться на другий план. Важливим критерієм корпоративної соціальної відповідальності в Британії, наприклад, є колективна форма власності та діяльність на користь територіальної громади, а суб'єктом соціального підприємництва виступають бізнес-підприємства з соціальною місією.

Зміст, завдання та цілі соціальної відповідальності відкриваються у функціях – самостійних, але пов'язаних видів політичної діяльності. Найважливішими є:

- управління соціальними процесами;
- розв'язання суспільних розбіжностей соціальної сфери, «діалог» між

державою та громадянами;

- захист та єдність інтересів прошарків суспільства та окремих його членів, соціальних груп;
- об'єднання різних шарів населення, зближення їх інтересів, підтримка цілісної системи суспільства, порядку та стабільності;
- соціальний захист населення;
- прогностична [122].

Дані функції забезпечують найважливіше завдання соціальної політики – управління соціальним розвитком суспільства для здійснення гармонізації суспільних відносин.

У напрямках соціальної політики виділяють два окремі блоки:

а) соціальна політика в загальному розумінні охоплює рішення і заходи, що впливають на всі сфери життя суспільства, враховуючи забезпечення соціуму товарами, житлом і послугами соціальної інфраструктури, працевлаштуванням, достатнім матеріальним забезпеченням, розширення і зміцнення матеріальної бази, охорону і зміцнення здоров'я населення, його освіту і культуру, створення системи соціального забезпечення для покращення життя громадян;

б) власне соціальна політика, елементами якої є політика в області соціального захисту, а саме: політика соціального захисту літніх людей і інвалідів, молодіжна та сімейна політика [164].

Закони і ринкові сили є необхідними, але абсолютно недостатніми, щоб ефективно управляти поведінкою компаній, особливо в країнах, що розвиваються. Необхідна відповідальність самого бізнесу за проведення соціально мудрої політики пошани людської гідності, а також інтересів всіх тих, кого зачіпає дана діяльність. Добровільне зобов'язання підприємств по взаємному досягненню успіху важливе як для світової спільноти, так і для общин дрібнішого масштабу [129, с.10].

У кожній організації практичну діяльність здійснюють конкретні менеджери і виконавці, відповідно до своїх функцій і посадових обов'язків, що здебільшого зафіксовані у документах (посадових інструкціях) або можуть становити предмет

усних домовленостей. І все ж таки, досвідчені фахівці добре знають, що жодна інструкція не передбачає всі аспекти дій. Через те, під час виконання того чи іншого завдання працівники, інколи всупереч інструкціям чи постановам, керуються цінностями і власним уявленням. Насамперед, ми змогли підійшли до етичних аспектів менеджменту, що віддзеркалюють механізм взаємодії суспільства з менеджментом, і є досить важливим.

Вважається, що найбільш різноманітна традиціями – це американська модель КСВ. В останні 20-25 років в своєму розвитку отримали найбільший імпульс британська і континентальна системи, завдяки окремим зовнішнім спонукам. На відміну від британської і континентальної, американська ж доктрина, плавно дрейфуючи в унісон з розвитком американського суспільства, не піддавалася значним трансформаціям протягом останнього століття.

Ідея соціальної відповідальності отримала найбільше поширення в англійській економіці ніж в інших країнах Європи. Не оглядаючись на багату спадщину Америки з проблеми КСВ, британський і континентальний досвід за останні 20-25 років найбільш корисний для України через недавню трансформацію, з погляду сьогоденних тенденцій. Даний підхід дозволяє ідентифікувати відмінності і паралелі з нинішньою Україною, яка пережила соціальні та економічні потрясіння протягом останніх 25 років. Український перехідний етап характеризується процесами постійної турбулентності. В даному випадку огляд британської і континентальної моделей КСВ може мати чисто практичне значення [180, с.234].

Була думка, що соціальна відповідальність притаманна виключно для американського бізнесу, оскільки ґрунтувалася на благодійності, яка так традиційна економіки США (публічні бібліотеки Рокфеллера, «ініціативи» Карнегі і т.п.).

Численні механізми участі підприємств в соціальній підтримці суспільства сприяли утворенню в США надзвичайно великої кількості корпоративних фондів, цілями яких є вирішення різносторонніх соціальних проблем за рахунок підприємств. Також відомо, що американська професійна освіта підтримується

приватним сектором, чого ніхто ще до даного часу не практикував (у наведеному твердженні виключаються з порівняння країни, де охорона здоров'я, освіта та інші соціально значимі галузі існування суспільства фінансуються державою). Останнє частково пояснюється тим, що бізнес заінтересований у добровільних вливаннях в освіту, страхових і пенсійних схемах для персоналу та інших соціально значимих програмах. Відповідальна поведінка підприємств перед суспільством залучається відповідними податковими пільгами і заліками, закріпленими у законодавстві.

Якщо виділити ключові слова в національному характері американської нації, то це будуть слова – працьовитість і заповзятливість. У брошурі американської асоціації підприємців дух підприємництва або кредо підприємця виражається таким чином: «Я не бажаю бути як всі і це моє право бути самим собою. Я потребую сприятливої можливості, а не в безпеці. Я готовий йти на розумний ризик, мріяти і творити, терпіти невдачу і знову досягати успіху» [15].

У силу сформованих історичних традицій американського підприємництва, слід зауважити, що особливість його функціонування передбачає максимальну свободу і саморегуляцію, що є актуальним і в наші дні. Таким чином, трудові відносини працівник-працедавець є предметом двостороннього договору між цими сторонами. Кожен громадянин Америки самостійно вибирає соціальний медичного страхування пакет. Держава регулює базисну частину соціальних програм, необхідних для кожного члена товариства. Всі подальші ініціативи у сфері соціальної відповідальності є добровільним вибором підприємства.

Західна концепція «людської гідності» ґрунтується на визнанні самоцінності особи, людини як кінцевої мети, а не просто як засоби досягнення мети інших. Мобільність зайнятості, капіталу, продуктів і технологій робить бізнес все більш глобальним у веденні своїх ділових операцій.

В американській моделі переважає ухил на філантропію, тобто, компанія ділиться частиною прибутку, інвестуючи її в суспільно-корисні ініціативи – жертвує на добродійні потреби. Наприклад, організація прагне зменшити можливість прослідкувати зв'язок між соціально-відповідальними "внесками" підприємства і реалізацією його стратегічних цілей. Фінансування соціальних

програм і благодійних ініціатив надає позитивний ефект на репутацію підприємства, допомагає налагодити двосторонній діалог з цільовими групами. До того ж, зважаючи на непряме відношення до бізнесу компанії, в умовах скорочення бюджетів масштаби подібної діяльності будуть зменшені в першу чергу [183, с.126].

Але не завжди ті форми поведінки чи дії у різних країнах набувають однакової етичної поведінки. Наприклад, законодавство США вважає хабарі злочином, та все ж дозволяє їх надання з боку американських фірм за кордоном. Так звані підмазки – незначні виплати закордонним чиновникам з боку компаній США задля прискорення прийняття рішень, хабарі такого виду деколи звільняються від оподаткування та не вважаються злочином. Тобто, напівпрозорі матеріальні виплати вираховуються із портфелів, які підлягають оподаткуванню. За даними американської статистики сума хабарів, наданих фірмами США за кордоном, щорічно становить 98,3 млрд. дол. Ці витрати спрямовуються на виплати у митних службах для прискорення митних процедур, чайових, прискорення прийняття рішень, дрібних подарунків, але вони не можуть бути направлені на започаткування нового бізнесу та на допомогу збуту.

У сучасних економічних умовах американська модель соціальної політики підприємств використовується найширше. Вона легко утілюється в життя, а продемонструвати і обґрунтувати досить важко її пряме відношення до зростання прибутковості підприємства. І одного разу, ухваливши рішення слідувати їй, керівництво компанії віддає собі звіт в довгостроковому характері віддачі від витрат на добродійні ініціативи.

Проте з погляду інвестора, участь компанії в добродійній діяльності характеризує її як соціально стійку, і в порівнянні з іншими рівними, привабливішу для вкладень. До того ж, при грамотному втіленні, наведена модель знаходить позитивний відгук від громадських організацій, населення і персоналу, оскільки надає можливість цим групам побачити компанію в незвичайному, "людяному" світлі і сприйняти її як такого ж жителя міста, району чи округу, як вони самі [43 с.53].

Основними повідомленнями, які будівельне підприємство несе суспільству та його цільовим сегментам, що націлені на використання сильних сторін американської моделі для побудови комунікацій зі стейкхолдерами виступають:

1. Екологічність роботи компанії. Дане поняття стосується не тільки ставлення компанії до навколишнього середовища, а й відображає ступінь гармонійної інтеграції компанії в навколишнє співтовариство. Компанія, як будь-який член місцевого співтовариства, що інвестує в підтримку і розвиток своїх "сусідів", викликає довіру, так як не тільки користується ресурсами суспільства, а і вкладає в нього.

2. Стабільність і надійність. Підприємство, що активно вкладає в добродійність, повинно генерувати достатньо прибутку для того, щоб забезпечити підтримку власної діяльності і "поділитися" цим прибутком з тими, хто в ньому має потребу.

3. Людяність. Населення регіону, зокрема співробітники компанії, мають можливість побачити іншу сторону роботи промислового підприємства. Міняється сприйняття компанії – з будівельного майданчику, що гуркотить та заподіює незручності населенню, на підприємство, яке піклується про тих, з ким ділить життєвий простір. Модель дозволяє компанії подати себе цільовим групам не як неживий комплекс, а як команду людей – таких же, як інші жителі регіону, яким не байдужий рівень життя їх менш забезпечених сусідів.

Першою ланкою при впровадженні соціальної відповідальності підприємств виступає покращення умов праці для трудового колективу. В США і країнах Західної Європи, де лікарнями, пільгами і страховками для працівників нікого не здивуєш, керівництву соціально відповідальних компаній доводиться постійно розробляти та впроваджувати нові заходи, щоб продемонструвати свою турботу про підлеглих. Наприклад, в компанії «Ксерокс» кожний співробітник одержує 10 тис. «віртуальних» доларів, які можуть бути використані на медичні і соціальні потреби самого співробітника або його сім'ї [180 с.235].

Деякі небезпеки проходження американської моделі полягають в поширеному переконанні населення в тому, що компанія, яка активно вкладає в добродійність,

таким чином "розплачується" за участь в скандалах чи махінаціях, або відмиває гроші.

Отже, при виборі американської моделі соціально-відповідальної поведінки, промисловим компаніям необхідно забезпечити з алучення місцевої влади, громадських організацій і населення в процес вибору об'єктів вкладення і розподілу засобів, а також відстежування результатів цих вкладень. Таким чином, буде забезпечений необхідний рівень прозорості і довіри до діяльності компанії що, у свою чергу, служитиме основою для об'єктивного освітлення діяльності компанії в ЗМІ.

«Соціальна відповідальність по відношенню до споживача виявляється в основному в турботі про безпеку продукції, що виробляється. Так компанія «Форд» обладнала свої автомобілі самими передовими технологіями безпеки: системою стеження за втомленістю водія, електронними стабілізаторами, системою ABS, спеціальними ударовідбивними бамперами і т.п. Практично всі найбільші виробники продуктів харчування, косметики і одягу спільно з медичними установами постійно проводять дослідження своєї продукції на предмет її безпеки для здоров'я споживачів» [156, с.80].

В силу збільшення уваги до цього питання термін «корпоративна здатність до соціального реагування» почали використовувати для позначення європейського варіанту КСВ.

З такою особливістю як державне регулювання, континентальну модель КСВ часто відносять до прихованих форм КСВ. Охорона здоров'я працівників, їх пенсійне забезпечення у багатьох країнах законодавчо урегульовані та закріплені відповідними постановами, націленими на підтримку соціальних програм у вигляді обов'язкового медичного страхування та інших соціальних послуг. Не можна пропустити і те, що в Європі взаємовідносини між працівником і роботодавцем формувалися протягом поколінь, що набагато довше ніж в Америці. В цілому, північноамериканський варіант поступається європейському в питанні державного регулювання аспектів КСВ.

Європейська модель акцентує увагу на тому, що соціально відповідальна діяльність компанії пов'язана з досягненням її бізнес-цілей і є частиною стратегії створення додаткової вартості компанії. Фінансування компанією ідей та ініціатив, в рамках даної моделі, здійснюються для збільшення прибутку і реалізації продукції. Основними об'єктами інвестицій цієї моделі є: розвиток виробничих потужностей підприємства; формування муніципальних перетворень, турбота про персонал компанії; дослідження в науці, впровадження новітніх технологій; використання системи освіти для підготовки кадрів; охорона природи та навколишнього середовища; соціальні програми з добродійних внесків за участю персоналу підприємства; затвердження світових стандартів у діяльності компанії та дотримання галузевих вимог.

На сьогодні спостерігається тенденція: найбільш крупні промислові підприємства, які досягли певного рівня стабільності, впроваджують до себе та адаптують європейську модель соціально відповідальної поведінки. Економічне обґрунтування соціальних ініціатив і їх інтеграція в стратегію розвитку компанії – ось що властиве європейській моделі. Тому перед використанням даної моделі, керівництву промислової компанії потрібно впевнитися, що, крім визначення об'єктів вкладень і виділення коштів, вся діяльність компанії буде адаптована, з погляду її відповідності, соціально відповідальній поведінці компанії. До того ж необхідно розробити і закріпити механізми контролю за ефективністю інвестованих засобів [155, с.212].

Яскравим прикладом поєднання елементів американської і континентальної моделей є КСВ у Великобританії. Їй притаманна підтримка державою приватного сектора, що поєднує її з загальноєвропейськими моделями. Британія славиться розробленою на високому рівні державною системою соціального забезпечення і охорони здоров'я. Після реформи Маргарет Тетчер особливо чітко виявилась схожість з американською моделлю КСВ.

«Можна виділити наступні характерні ознаки для британської моделі:

- широкий розвиток сектору незалежного консалтингу в області КСВ;
- тенденція зростання кількості соціально відповідальних інвестиційних

фондів;

- підвищений інтерес ЗМІ (наприклад, «Тайм» публікує індекси соціальної відповідальності в своєму щотижневому розділі «Профіль Компанії»);

- велика кількість і різноманітність учбових курсів в області КСВ в порівнянні з континентальною Європою;

- участь уряду в розвитку КСВ на прикладі створення партнерств між приватними підприємствами в освітньому секторі, підтримці ініціатив в області КСВ через спільне фінансування проектів, податкових пільгах, просуванні ініціатив у відповідності» [154, с.54].

Впровадження соціальних програм в області КСВ виступають як ініціатива самих підприємств, що вписується в теорію добровільності. Слад зазначити, що спостерігається поступовий розвиток англійської моделі соціальної відповідальності. Одночасно виділимо декілька зовнішніх чинників, що вплинули в останні 20-25 років на якісні зміни еволюції КСВ.

Оцінюючи соціальну поведінку підприємств з точки зору інвесторів, можна зазначити привабливість європейської моделі. Результати такої моделі можуть бути виміряні та підраховані.

Особливо, якщо вкладення компанії в соціальну сферу дають негайний ефект місцевому співтовариству. Як і американська модель, європейська модель сприяє поліпшенню іміджу і репутації компанії в очах місцевого співтовариства, сприяє встановленню довіри до комунікацій компанії і сприятливого освітлення її діяльності в ЗМІ [158, с. 327].

На сьогодні підприємства створюють спеціальні підрозділи КСВ, формування бюджету проводиться на вищому рівні та розробляються соціальні програми, які впроваджуються в стратегії організацій. Соціальну звітність включають в щорічні фінансові звіти близько 89% найбільших національних компаній.

Підприємства, що висвітлюють свою діяльність в соціальному секторі, охороні навколишнього середовища та в розвитку з персоналу, найбільш вагомо

відчувають підтримку з боку британського уряду. Решта організацій здійснюють свою діяльність, керуючись діловою етикою. Їх увага націлена на питання енергозбереження, раціонального використання ресурсів та безвідходного виробництва і т.п. Це регулюється законодавчими актами, які впроваджують режим податкових канікул та пільг [127].

Поступовий рух з прихованої форми у бік відкритої моделі – це спільна тенденція як для британської, так і для континентальної моделі КСВ. Відкрита система соціальних програм передбачає, спонукає коригування поведінки підприємств з метою запровадження та підтримки соціальних програм, націлених на вирішення проблемних питань в суспільстві. Відкрита форма КСВ також передбачає добровільні лінії поведінки, програми і стратегії підприємств з питань, що самостійно визначаються організаціями і сприймаються ними як частина їх відповідальності перед суспільством.

Визначення офіційних і неофіційних інститутів країни, через які відповідальність за громадські інститути узгоджується з підприємствами або відносяться до них, – ознака прихованої форми КСВ. Прихована форма соціальних програм регламентує норми та правила, які стимулюють формування нових цінностей. Запроваджує у довгострокову стратегію підприємств обов'язкові очікування і вимоги з вирішення суспільних проблем. Громадські інтереси виступають на передній план та позиціонуються як обґрунтовані обов'язки підприємств. Зовсім недавно моделі КСВ в США і Європі були визначені як «відкриті» і «приховані» форми КСВ [80].

Кваліфіковане використання іноземного досвіду надає можливість вітчизняним підприємствам донести до цільових груп звітність, яка розкриває нові можливості у налагодженні двохстороннього спілкування, та може бути використаний при побудові зовнішніх комунікацій. До таких повідомлень відносять:

1. *Прозорість*. Застосування механізму вимірювання результатів діяльності, який має можливість привести відповідну статистику в організаційних звітах. Дана інформація може поширюватись серед партнерів підприємства, потенційних

інвесторів та акціонерів. До того ж, підприємству не завадило б мати зв'язок з населенням і рапортувати місцевій владі про свої досягнення у сфері соціальних послуг та про стан соціальних програм.

2. *Керованість і стабільність.* Коли соціальна відповідальна поведінка компанії практикується в рамках її стратегії розвитку із залученням інших заінтересованих сторін. Питань щодо якості контролю за ефективністю соціальної політики компанії не виникає. До того ж, уміння сумістити прибутковість з ефективною соціальною відповідальністю промислової компанії – додатковий плюс її керівництву.

3. *Турбота.* Більшість промислових підприємств неінформованій людині, як правило, представляються залізобетонними гігантами, наповненими однаковими людьми, що виконують свої шматочки роботи. Участь співробітників промислової компанії в соціальних проектах в рамках європейської моделі допомагає становленню її "людянішого" іміджу. Співробітники компанії перестають бути "гвинтиками" гігантської виробничої машини і стають помічниками компанії в досягненні нею суспільно-корисних цілей.

4. *Надійність.* Підприємство, яке орієнтується на соціальні програми та впровадило їх у свою стратегію, неодмінно збільшує ефективність своєї діяльності, формує враження надійності для всіх заінтересованих сторін, які очікують отримання вигоди від організації. Враховуючи процес оновлення основних фондів, що проходять багато промислових компаній, і витрати, залучені в цей процес, виконання зобов'язань перед цільовими групами є одним з ключових чинників формування репутації компанії. При певних перевагах європейська модель має ряд особливостей, які слід враховувати перед її впровадженням в промисловій компанії. Перше, що необхідно провести, так це оцінку готовності підприємства до перевірки своєї діяльності в відповідності зі стратегією соціально орієнтованої поведінки. У такому разі, організація має можливість дослідження економічного ефекту та удосконалення механізмів його покращення. До того ж, європейська модель має менший ступінь гнучкості у виборі об'єктів вкладень, оскільки в рамках цієї моделі компанія вибирає пріоритетні для себе соціальні

сфери і концентрується тільки на них [103 с. 110].

Відносини між найнятим робітником і працедавцем фактично засновані на феодалній концепції батьківської турботи у відповідь боргу вдячності. Коли компанія надає найманому статус постійного робочого, то вона тим самим поширює на працівника свою «батьківську любов і турботу». А працівник, приймаючи цю любов і турботу, тим самим погоджується оплачувати їх виконанням свого обов'язку-вдячності.

Економічний зміст цієї самотності японського характеру блискуче реалізується в діяльності «кружків контролю якості», громадських відносин, що легко вписуються в поняття, в яких головне – групове мислення, стимулююче групові дії.

«Таким чином, общинність виступає ключовою характеристикою самотності японської культури. Общинність пронизує всю систему соціальних і економічних відносин, приймаючи самі різні форми: патерналізм (турбота про персонал), довічне наймання на роботу, групова мотивація, групова відповідальність, групове ухвалення рішень, незначна диференціація в посадовому окладі, життя працівників на виробництві і поза ним як єдине ціле і т.п.» [46, с. 105]. Самотність японської культури виявляється як в більшій соціальній дисциплінованості, так і в законопокірності (рівень злочинності тут значно нижче, ніж в західних країнах).

Вчені встановили, що в різних країнах існує і давно укорінена система соціальної допомоги «слабким» верствам населення. В більшості європейських країн, таких як Німеччина і Данія, головну роль, тобто широкий обхват соціальної сфери, робить саме держава. Але існують країни, в яких робиться акцент на приватний сектор, добродійні та суспільні організації. Представниками таких країн є США та Японія [16, с. 205].

Проблема забезпечення житлом громадян завжди була особливо актуальною для України, де також існує ряд проблем соціальної сфери. Ефективне функціонування реального сектору економіки та вирішення питань соціального розвитку неможливе без розв'язання системних проблем, що накопичилися у

будівництві. Активізація будівельної галузі має сприяти підвищенню попиту на продукцію суміжних галузей і частковій переорієнтації експортної продукції, на яку знижується попит як на зовнішньому ринку, так і на внутрішньому ринку.

Вагомим завданням для українського суспільства є розвиток корпоративної соціальної відповідальності. Адже, наскільки серйозно вітчизняні підприємства віднесуться до цієї проблеми сьогодні, може залежати ефективність підтримки доброчинності з боку бізнесу завтра.

На Заході регулярно проводяться аналітичні дослідження. Але, на жаль, в Україні це вивчення застосовується не на належному рівні.

Досліджуючи відображення соціальних звітів та інформації з публікацій відповідно до соціальних програм, складається враження, що керівництво вітчизняних підприємств не орієнтується в реальному стані вітчизняних ринків. Так, насамперед, мають місце перебільшення можливостей вітчизняної економіки та значна недооцінка суспільних проблем. Такі направи часто спостерігаються в практиці компаній, які майже не мали часу для підготовки повноцінної соціальної звітності, але вже поспішили себе задекларувати як соціально відповідальні.

Можливо, основою для таких переоцінок є окремі спроби відродження елементів КСВ, що були розпочаті ще з радянських часів. До таких елементів можна віднести: дитячі табори та будинки відпочинку, санаторії. Але це відродження знаходиться ще тільки на початковому етапі. Концентрація лише на одній групі стейкхолдерів є докорінно помилковою. Всім останнім групами бракує уваги. В нашій країні дуже коротка історія розвитку цього питання. Здається, що ми вже приймаємо надмірну участь у ньому, але не можна відкидати ще й те, що одним із мотивів переоцінки є бажання скоріше «відзвітувати» перед головним стейкхолдером – державою.

Тенденцію розвитку КСВ можна вважати позитивною, якщо враховувати успадковані з радянського часу елементи командної системи. Роль нашої держави в КСВ дуже мізерний, відсутній будь-який досвід у даній сфері. Це і відрізняє нас від західних аналогів, в країнах яких КСВ вже зайняла важливе місце і має велику

стійку підтримку зі сторони держави.

Зовсім очевидно, що в Україні КСВ знаходиться на самій початковій стадії свого розвитку. Ми маємо теоретичну базу і приклади інших країн, але самостійно майже не розуміємо, як на практиці застосувати ці знання, за рідкими випадками. І тому існує небезпека, що самостійно не помічаючи, ми можемо перейти до «якби» позитивної соціальної звітності і забути про практичне втілення концепції КСВ. Аналізуючи це питання можна зробити висновок, що у більшості компаній в Україні відсутня осмислена довгострокова концепція КСВ.

Зважаючи на заплутаний процес соціально-історичного розвитку, ми можемо спостерігати, що сьогодні Україна знаходиться у важкому соціально-економічному положенні. На даний момент, перед нашим суспільством постала велика кількість суперечливих та багатоаспектних проблем. Перш за все – це економічні, демографічні та екологічні проблеми, які пов'язані з проблемами соціального характеру.

Ситуація, що склалася, вимагає прийняття якнайшвидших кардинальних рішень по виправленню створеного становища. Але, як ми розуміємо, кожна людина окремо не зможе самостійно вплинути на стан у цій сфері тому, що дуже заплутаною є система «людина – суспільство-держава», і кожен з нас в цій системі лише маленька частина.

Сьогодні стратегічним пріоритетом для будівельних підприємств, які активно беруть участь в інноваційній гонці, найважливішою проблемою стає забезпечення виробництва фінансовими ресурсами, в об'ємах, які відповідають вимогам ринкової економіки. Тому підприємства повинні швидко розвиватися і приділяти особливу увагу розподілу власних коштів та залучанню інвестицій.

Отже, в даному становищі дуже важливо, щоб «верхівка», тобто сама держава, якщо не пропонує власні рішення, то хоча б надавала підтримку заходам, що надходять від нижчих верств, і допомагала їх впровадженню в складну систему вирішення соціальних проблем. Також дії держави повинні бути направлені на гармонізацію та гарантію захисту інтересів кожної людини.

Таблиця 2.9 – Порівняльний аналіз моделей корпоративного управління
соціальною відповідальністю

Модель	Позитивні риси	Негативні риси
1	2	3
Американська модель	<ul style="list-style-type: none"> – висока гнучкість систем управління; – орієнтація на підвищення вартості компанії, її прибутковості в короткостроковому періоді; – інноваційність і достатня ризикованість проектів; – знаходить найбільш позитивний відгук від стейкхолдерів; – захист прав дрібних акціонерів. 	<ul style="list-style-type: none"> – наявність конфлікту інтересів інвесторів, що прагнуть високих прибутків та керівництва компанії, що орієнтується на короткотермінові цілі; – переоцінена роль фондового ринку; – сильний організаційний і інформаційний вплив на раду директорів з боку вищого виконавчого керівництва корпорації; – недостатня частота і регулярність засідань ради директорів, що не охоплюють найважливіших питань корпорації.
Європейська (німецька) модель	<ul style="list-style-type: none"> – невеликі ризики банкрутств і руйнівних «конфліктів інтересів»; – стабільність як внутрішніх, так і зовнішніх факторів компанії; – залучення партнерів для спільного фінансування соціальних проектів компанії; – двоступенева структура управління, що складається із виконавчої і спостережної рад; – стратегія довгострокового контролю за підприємством. 	<ul style="list-style-type: none"> – малоефективне впровадження інвестиційних проектів; – правила розкриття інформації менш суворі ніж в американській моделі; – інтереси різноманітних стейкхолдерів не завжди збігаються, і вони можуть дотримуватися різних поглядів на відповідну корпоративну політику.
Азіатська (японська) модель	<ul style="list-style-type: none"> – орієнтація на довгостроковий розвиток компанії; – ефективний контроль за менеджерами компанії; – стабільність внутрішніх і зовнішніх для компанії факторів; – стабільні партнерські відносини у групі акціонерів. 	<ul style="list-style-type: none"> – темпи росту і прибутковість компаній нижчі, ніж американські; – недостатня прозорість інформації про діяльність акціонерного товариства; – низька система захисту прав дрібних акціонерів; – недостатня увага приділяється питанням збереження прибутку.

Отже, соціальна відповідальність підприємств перед суспільством – це філософія поведінки, це концепція побудови економічними суб'єктами, підприємствами і окремими представниками бізнесу своєї стратегії розвитку, яка ґрунтується на таких орієнтирах:

- внесок у формування громадянського через партнерські програми і проекти розвитку місцевого співтовариства;
- врахування суспільних очікувань і загальноприйнятих норм в практиці ведення бізнесу;
- ефективне ведення бізнесу, орієнтоване на створення доданої економічної вартості і зростання добробуту своїх акціонерів;
- побудова добросовісних відносин зі всіма заінтересованими сторонами;
- неухильне виконання умов законодавства: податкового, трудового, екологічного і т. п.;
- створення привабливих робочих місць, виплата легальних зарплат і інвестицій в розвиток людського потенціалу;
- виробництво якісної продукції і послуг для споживання.

Відповідальна перед суспільством поведінка підприємств підтримується відповідними податковими пільгами і заліками, закріпленими на законодавчому рівні. Саме така модель характерна для США, де держава має мінімальне вторгнення в приватний сектор. Але, незважаючи на це, Америка відома традиціями систематичної участі бізнесу та його представників у фінансуванні різних некомерційних проектів. Чисельні механізми, які виробили США для участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства такі, як корпоративні фонди, що націлені на урегулювання різноманітних соціальних проблем за допомогою бізнесу. Усім відомо, що в Америці професійна освіта спонсорується приватним сектором.

Американська модель КСВ ініціюється самими компаніями і передбачає максимальну самостійність підприємств у визначенні свого суспільного внеску,

але законодавчо заохочує соціальні інвестиції у вигідні для суспільства сфери через відповідні податкові пільги і заліки.

«Модель КСВ континентальної Європи можна охарактеризувати наявністю державного регулювання даної сфери і віднести до прихованої форми КСВ. Отже, в багатьох країнах Європи законодавчо закріплено обов'язкове медичне страхування і охорону здоров'я працівників, пенсійне регулювання і ряд інших соціальних питань.

Не дивлячись на істотні відмінності країн континенту в застосуванні концепції КСВ, схожого між ними більше. Це виявляється, перш за все, в тому, що європейські політики надають велике значення підтримці різносторонніх ініціатив в області КСВ. Європейська Комісія визначила КСВ як «концепцію, в рамках якої компанії на добровільних засадах об'єднують свої зусилля із стейкхолдерами для вирішення соціальних питань і реалізації природоохоронних заходів». Зважаючи на це, європейська модель КСВ більшою мірою є системою заходів державного регулювання» [45, с.54]

КСВ у Великобританії поєднує елементи американської і європейської моделей. В цілому для британської моделі характерні наступні ознаки:

- участь уряду в розвитку КСВ виявляється у створенні партнерств з приватними підприємствами в підтримці соціальних програм, ініціатив в освітньому секторі, області КСВ через впровадження спільної участі в реалізації проектів, надання податкових канікул для підприємств, які активно підтримують соціальні програми та ін.;

- система англійської освіти націлена на збільшення кількості курсів та їх різноманітності, що випереджає континентальну Європу по якості освіти в області КСВ;

- широкий розвиток сектора незалежного консалтингу в області КСО;

- підвищений інтерес ЗМІ (так «Таймс» публікує індекси соціальної відповідальності в щотижневому розділі «Профіль компанії»);

- «пильна увага фінансового сектора до проектів в області КСВ (тенденція зростання кількості соціально відповідальних інвестиційних

фондів), в Європі – по кількості і різноманітності учбових курсів в області КСВ;

– участь уряду в розвитку КСВ виявляється в створенні партнерств з приватними підприємствами в освітньому секторі, підтримці ініціатив в області КСВ через співфінансування проектів, податкові пільги та ін.

Загалом, тенденцією як для британської, так і для європейської моделей є їх прихована форма з поступовим рухом у бік відкритої моделі. Отже, британська модель КСВ поєднує елементи моделей США і Європи, але з істотним залученням держави і суспільних інститутів до процесу узгодження суспільних інтересів, а також просувань і заохочень кращих практик [198, с115].

Очевидно, що кожна з моделей має свої переваги і недоліки. Тому так рідко можна зустріти компанію, яка практикує їх в чистому вигляді. Як правило, якась одна модель соціально відповідальної поведінки переважає в компанії, при цьому, використовуються обидві моделі.

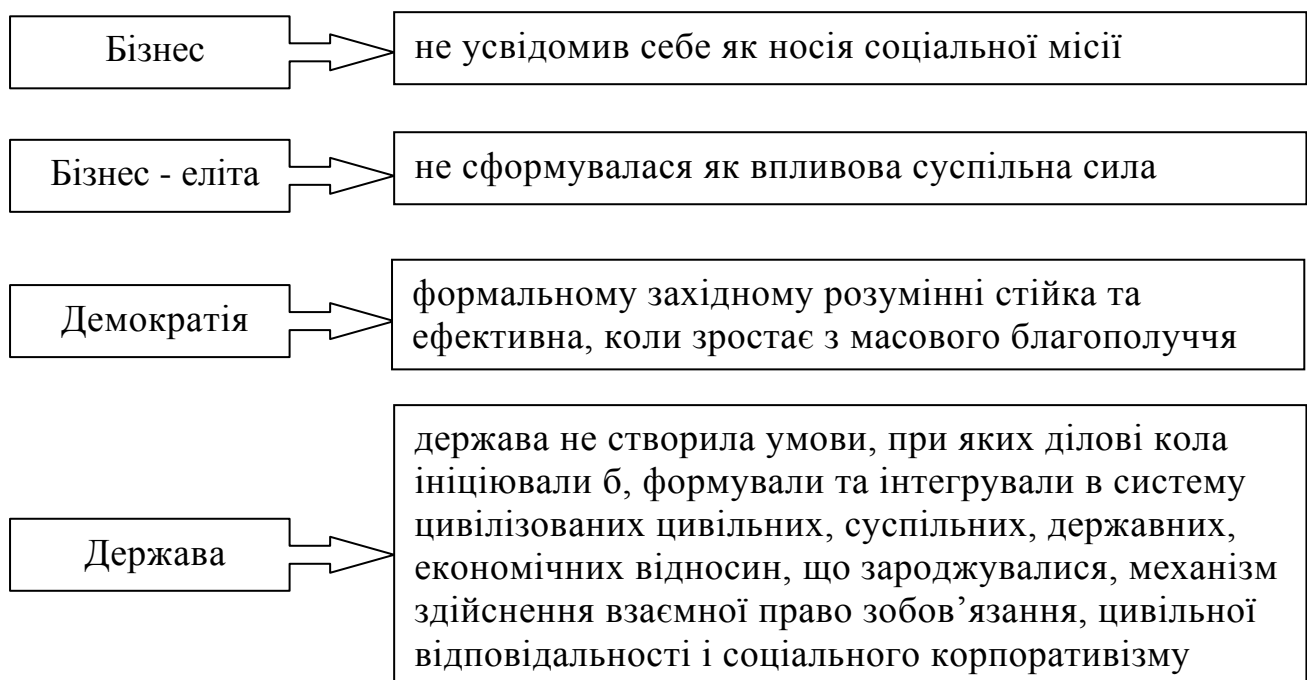


Рисунок 2.7. Поточна ситуація у сфері соціальних програм в Україні

Вивчаючи особливості сучасної соціальної відповідальності в Україні і досвід іноземних держав у даній області, слід зрозуміти, що на сьогодні перед

українськими підприємствами стоїть вибір відповідного шляху розвитку в соціальній політиці. Щоб правильно вирішити дану задачу, необхідно враховувати не тільки свій власний досвід, але і досвід іноземних держав у цій сфері.

На сьогоднішній день одне з основних завдань соціальної відповідальності підприємств – соціальний захист населення від негативних наслідків ринкових відносин в економіці. Це припускає збільшення матеріальної бази, зміцнення здоров'я населення, розвиток сфери послуг для населення, задоволення попиту на якість товарів і послуг, створення можливості для поліпшення житлових умов, підтримку балансу між грошовими доходами населення і товарними ресурсами і, насамперед, забезпечення соціальної справедливості в суспільстві.

2.3. Розробка методики проведення дослідження перспектив розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств

Методологічний розділ включає наступні пункти: постановку проблеми, мету і задачі дослідження, об'єкт і предмет дослідження, гіпотези дослідження, операціоналізацію понять (в тому числі теоретичну та емпіричну інтерпретацію термінів).

Постановка проблеми. В якості досліджуваної соціальної проблеми підбираються тільки ті проблемні ситуації, які необхідно вирішити, оскільки вони становлять загрозу для розвитку різних структур суспільства. Як правило, на дослідження та розробку рекомендацій щодо їх усунення надходить соціальне замовлення від зацікавлених органів влади чи громадських об'єднань.

Визначення цілей і завдань. Мета дослідження – виявити характеристики проблемної ситуації і причини її виникнення. Завдання – пошук шляхів і способів рішення даної проблеми. Основне завдання при постановці проблеми – чітко визначити масштаб і межі поширеності проблемної ситуації (інтереси соціальних груп, спільностей, інститутів, регіонів і т.п.), точно виразити її суть (зміст і протиріччя), обґрунтувати необхідність дослідження та усунення (вказати на існуючі явні або приховані загрози соціальним інтересам, які в ній укладені).

З метою проведення емпіричного дослідження впровадження соціальних

програм та перспектив їх розвитку на вітчизняних підприємствах (на прикладі Дніпропетровської області) було розроблено анкету стандартизованого інтерв'ю (додаток Б). Спираючись на проведений теоретичний аналіз проблематики дослідження та особисте бачення, був сформований зміст анкети, який ураховував загальні рекомендації відповідно розробок інструментів дослідження даного типу: враховувалась пропорційність градацій у відповідях, використання закритих та відкритих питань, їх коректне та ін.

Респондентам пропонувалось дати експертну оцінку стосовно тієї чи іншої проблеми, пов'язаної з розвитком будівельної галузі і впровадженню соціальних послуг, та їх впливом на сучасну економіку. Питання розроблені з прагненням максимального розкриття думки респондента до заданих проблем (наведені питання мають 4 та більше відповідей). Така форма питань досить зручна для респондента і дозволяє залучати різноманіття методів статистичного аналізу для обробки результатів опитування. Наведемо приклад одного з питань:

Які труднощі, на Вашу думку, найбільше перешкоджають розвитку будівництва та вирішенню проблем з житлом працівників підприємств в Україні? (оцініть за 5-бальною шкалою, де „1” – найменш перешкоджають, „5” – найбільш перешкоджають).

№ п/п	Види труднощів	Від „1” до „5”
1.	Проблеми законодавчого характеру	
2.	Відсутність економічних стимулів для будівельних компаній	
3.	Недостатній рівень підтримки з боку центральної влади	
4.	Недостатній рівень підтримки з боку місцевої влади	
5.	Перешкоди з боку громадськості	
6.	Обмежені матеріальні ресурси у населення	
7.	Відсутність кваліфікованих співробітників у будівельних організаціях	
8.	Інше (що саме?)	

Дослідницьку вибірку склали співробітники, службовці, як приватних так і державних закладів. Вік досліджуваних – від 25 до 65 років. Всі вони мають досвід роботи з проблемами соціальної відповідальності підприємств та соціальної допомоги стейкхолдерам. Всього у дослідженні прийняло участь 300

досліджуваних різних підприємств.

В опитуванні взяли участь представники різних будівельних організацій, які діють на території Дніпропетровської області. Слід зазначити, що з метою правильної інтерпретації виду організації, в інструментарій дослідження було внесено й визначення запропонованих видів організації: 28% опитаних представляли приватні підприємства; більше третини – небанківські фінансові установи; 36% – страхові компанії, засновані юридичними або фізичними особами, які спрямовують більшу частину своєї діяльності на реалізацію власних проектів і програм, залучаючи зовнішні джерела фінансування; 9% – Пенсійні фонди; 8% – банківські установи; державний сектор займає – 20%.

Чимало організацій, як державних так і приватних, відчують тиск щодо результативності їхніх соціальних інвестицій. Різні заінтересовані групи, мас-медіа, законодавці та просто проінформована громадськість вимагають, аби виконавці урядових програм відповідали не лише за свою безпосередню діяльність за програмою (проведення семінарів, видання брошур тощо), але й за досягнуті ними результати, що реально вплинуть на проблему.

Таблиця 2.10 – Підприємства, які взяли участь у дослідженні стану КСВ

№ п/п	Назва підприємства	Кількість
1.	Державний заклад	59
2.	Пенсійний фонд	26
3.	Банк	24
4.	Будівельні підприємства	84
5.	Небанківська фінансова установа	48
6.	Страхова компанія	59

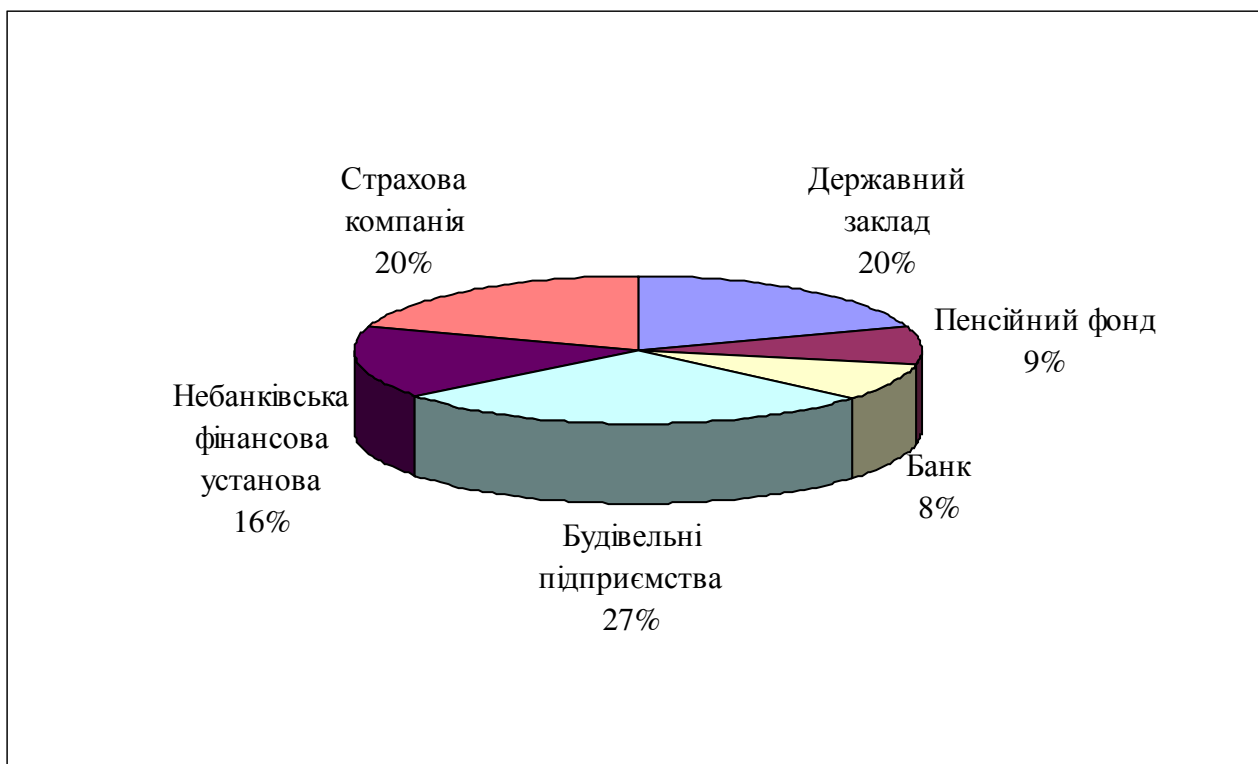


Рисунок 2.8 – Підприємства та організації, які взяли участь у дослідженні КСВ

Доцільним було дослідити представників різних секторів економіки за формою власності та сферою діяльності.

За результатами проведеного соціологічного дослідження виявилось, що засновниками благодійних організацій у більшості випадків (64%) є фізичні особи та комерційні організації. Щодо інших засновників відповіді респондентів розподілилися таким чином: держава – 32%, громадська організація – 3%, релігійні організації – 0% (рисунок 2.9).

Таблиця 2.11 – Засновники соціально відповідальних підприємств

№ п/п	Назва підприємства	Кількість
1.	Фізичні особи	117
2.	Комерційна організація	76
3.	Релігійна організація	0
4.	Держава	97
5.	Громадська організація	10



Рисунок 2.9 – Розподіл засновників соціально відповідальних підприємств

Для фізичних осіб основною мотивацією у впровадженні КСВ є пошук нової сфери діяльності після досягнення успіху у бізнесі, бажання поділитися власним успіхом з іншими, реалізація власних переконань та амбіцій, визнання у суспільстві.

Комерційна організація, створюючи КСВ, переслідує насамперед мету практичного запровадження у своїй діяльності, принципу соціальної відповідальності. Завдяки такій діяльності підприємство має можливість забезпечити тривалість успіху та сталість соціально-економічного середовища, в якому воно працює; підвищити нематеріальну складову вартості бізнесу; викликати лояльність співробітників, клієнтів і держави.

Щоб витримати квоти опитування, необхідно було чітко сформулювати індикатори віднесення певних підприємств до тієї чи іншої категорії. В якості основного індикатора було взято обсяг річного валового обороту продукції. В Українському законодавстві чітко встановлена межа, яка відділяє малі підприємства від великих та середніх. В опитуванні взяли участь представники

таких підприємств, обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік більше 500 тис. грн.

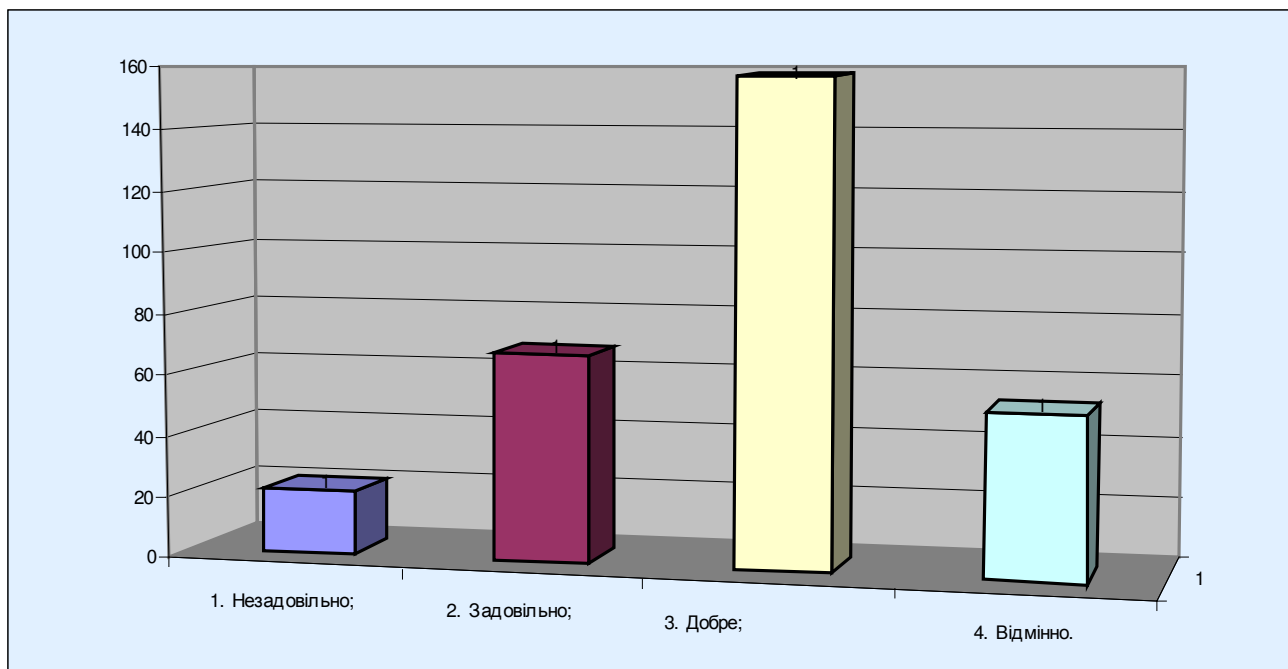


Рисунок 2.10–Характеристика стану соціальної відповідальності підприємств

Таблиця 2.12 – Характеристика стану соціальної відповідальності підприємств

№ п/п	Характеристика	Кількість
1.	Незадовільно	21
2.	Задовільно	68
3.	Добре	158
4.	Відмінно	53

В нашій країні ставлення до КСВ неоднозначне. Слід зауважити, що більшість респондентів, які відповіли «добре» і «відмінно» – це представники приватного комерційного сектору. Як результат, вони постійно турбуються про стабільність своєї компанії та її прибутковість. Також, можна пояснити те, що серед бізнес-структур, які позитивно оцінюють своє ставлення до реалізації соціальних проектів, деякі підприємства мають у статутному фонді іноземний капітал. Серед компаній, чиї представники вважають соціальну діяльність марною тратою часу та ресурсів, немає жодного великого підприємства. Лише незначна

частка респондентів зазначила відсутність будь-яких можливостей у своїх підприємствах для реалізації соціальних проектів.

При обробці результатів анкетування використані такі статистичні показники:

Стандартне відхилення (табл.2.12, п.1), як одне із найбільш зручних вимірювань розсіювання при нормальному розподілу. В описі змінних стандартне відхилення часто використовується як показник меж більшості значень або умовної норми.

Асиметрія (табл.2.13, п.2) – це міра «косості» розподілу [178]. Цей показник характеризує горизонтальне відхилення від нормального розподілу. Позитивна асиметрія спостерігається в особливих випадках, коли значення більші за середні показники перевищують за кількістю менші від середніх, інакше – слід зазначити негативну асиметрію.

В симетричному розподілі асиметрія точно рівна нулю, але залежно від того, як змінюються різниці значень із середнім, знак асиметрії міняється на позитивний або негативний.

Таблиця 2.13 – Статистичні показники, використані при обробці анкети

№ п/п	Назва параметру	Формула розрахунку	Вихідні дані
1	2	3	4
1.	Стандартне відхилення	$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$	x_i – значення змінної; \bar{x} – вибіркове середнє; σ – кількість змінних.
2.	Асиметрія	$A = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^3}{n \cdot \sigma^3}$	
3.	Ексцес	$E = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^4}{n \cdot \sigma^4} - 3$	
4.	Формули розрахунку коефіцієнта кореляції Пірсона	$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2] [n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$ $r_{xy} = \frac{\sum (x_i - \bar{x}) (y_i - \bar{y})}{\sqrt{[\sum (x_i - \bar{x})^2] [\sum (y_i - \bar{y})^2]}}$	

Ексцес (табл.2.13, п.3) – це показник «кривизни» розподілу. Розподіли можуть розрізнятись полігонами частот, тобто, при однакових параметрах можливо спостерігати «плоску» кривизну або «гостровершинну». Це свідчить про

те, що однакові значення випадкової величини можуть мати різну частоту спостереження. Ексцес використовується з метою дослідження кривизни розподілу, який описується кривою з урахуванням відповідної кількості максимумів випадкової величини – унімодальних розподілів.

Для обліку статистичних зв'язків використано кореляційний аналіз. Коефіцієнт кореляції показує відразу два параметри статистичного зв'язку – її напрям і тісноту. При цьому, якщо він виявляється позитивним, то говорять про позитивну кореляцію між двома змінними, а якщо негативним – то, відповідно, про негативну. Абсолютне значення коефіцієнта кореляції показує тісноту або ступінь виразності такого зв'язку. При коефіцієнті кореляції рівному нулю признається відсутність зв'язку, але навіть тоді, коли він виявляється більше нуля, ще не слід робити висновки про наявність кореляційного зв'язку.

Про зв'язок між двома змінними можна говорити лише в тому випадку, якщо значення коефіцієнта кореляції виявляється вище критичного для відповідного числа спостережень. Коли ж йдеться про позитивний зв'язок і нижче за критичний – про негативну. Необхідно підкреслити, що коефіцієнт кореляції призначений лише для вимірювання лінійних зв'язків між змінними. З цієї причини в реальних умовах майже неможливо отримати коефіцієнт кореляції рівний одиниці.

В роботі використався найвідоміший і часто вживаний метод кореляційного аналізу – *аналіз за К. Пірсоном* (табл.2.13, п.4).

«Дисперсійний аналіз (ДА) – це статистичний метод вивчення впливу окремих контрольованих факторів на мінливість ознаки, що вивчається. Необхідність в застосуванні ДА виникає тоді, коли проводиться серія вимірювань якої-небудь однієї змінної в різних умовах, причому, число умов повинно бути більше двох (інакше дану задачу можна вирішити іншими методами). Наприклад, це можуть бути декілька експериментальних груп, які різняться по будь-яким ознакам (віку, рівню освіти, соціальному статусу і т. п.), що беруть участь у випробовуванні в одних і тих же умовах експерименту» [178, с 33].



Рисунок 2.11 – Постановка завдання та методологічних підходів статистичної обробки результатів опитування респондентів КСВ

Вивчаються експериментальні групи в різних умовах (простих, ускладнених і дуже складних). Важливою умовою виступає дотримання гіпотези, що відмінності не залежать від впливу індивідуальних особливостей організацій. Слід поділити змінні на дві групи (незалежні, залежні).

Групи опитуваних були сформовані на основі незалежних змінних: вік, стать, сімейний стан, соціальний статус, рівень прибутку та професійна спрямованість. Залежні змінні знаходяться в прямій залежності від незалежних, наприклад, творчий потенціал, релігійні та культурні цінності, інтелект тощо.

Головною ціллю однофакторному ДА (Додаток В, табл.В.1., п.1) є визначення дисперсії як відношення варіативності відповідно до впливу незалежного фактора та випадковості, який можна зазначити як F-критерій. У разі перевищення цього значення вплив на залежні змінні зі сторони залежної визначається як достовірний.

Оскільки в однофакторному ДА вплив незалежних змінних на залежні однаковий на всіх рівнях досліджувальної ознаки, то можна зазначити, що вплив на залежні змінні повністю відсутній або мінімальний, тобто, середні значення ознаки не змінюються. Це відзначимо як «нульову гіпотезу». Альтернативою виступає допущення, що незалежні змінні мають вплив на залежні та змінюють їх залежно від рівня. На основі даних гіпотез знайдемо F-критерій в однофакторному ДА (Додаток В, табл. В.1, п.2). Спираючись на вищевикладене, зазначимо, що загальна сума квадратів складається з суми квадратів усередині груп та між групами (Додаток В, табл.В.1, п.2.7.). Таким чином, однофакторний ДА обумовлений випадковими впливами та впливом незмінних факторів.

«Метод дисперсійного аналізу за Крускалом-Уолісом призначений для оцінки відмінностей одночасно між більше, ніж двома групами за рівнем будь – якої ознаки. Він дозволяє встановити, що рівень ознаки змінюється при переході від групи до групи. Критерій Н за Крускалом-Уолісом (Додаток В, табл.В.1, п.3) іноді розглядається як непараметричний аналог методу однофакторного дисперсійного аналізу для незалежних вибірок. Іноді його називають критерієм

«суми рангів». Даний метод використовувався як додатковий до основного методу – дисперсійному аналізу за Фішером для отримання більш точних результатів. Річ у тому, що ДА за Фішером є більш потужним методом, але і одночасно більш чутливим до порушень нормальності розподілу і гомогенності дисперсій, тоді як ДА за Крускалом-Уолісом – менш потужний, але нечутливий до подібних порушень» [124, с.202].

Формула розрахунку χ^2 -критерія Фрідмана (Додаток В, табл.В.1, п.2) застосовується для зіставлення показників, вимірюваних в трьох або більше умовах на одній і тій же вибірці випробовуваних. Метод дозволяє встановити, що величини показників від умови до умови змінюються. В нашому випадку ми використовували даний метод для того, щоб з'ясувати, наприклад, чи є відмінності в оцінці ступеня значущості, що була дана респондентами з тієї чи іншої вказаної в конкретному питанні проблеми (питання 1.1. Додатку Б).

За допомогою факторного аналізу (ФА) проведемо дослідження на наявність прихованих ознак або подій та визначимо їх внутрішню структуру. Використання ФА пов'язано зі складною природою соціальних явищ і застосуванням статистичних методів в соціальних науках. ФА характеризується наявністю складної структури, різноманітним внутрішнім зв'язком, подій, явищ, тому саме застосування даного аналізу буде доречним, оскільки дозволяє здійснити вимірювання узагальнених факторів, спираючись на безліч змінюваних ознак явища.

Основна ціль ФА – зменшення статистичного об'єму даних зі збереженням інформативності. Інформаційним матеріалом виступають результати вимірювання опитуваних. В даному випадку – це експертні оцінки респондентів з питань кожного із розділів анкети. Виходимо з того, що результати окремого випробовування відображається загальною структурою, а загальна структура – вимірюванням досліджуваної оцінки. Відмітимо, що кожний із опитуваних робить свій внесок в загальну структуру дослідження (Додаток Г).

«Завершальний етап ФА – отримання матриці навантажень факторів кожної змінної на кожний фактор, підрахунок відсотка дисперсії, що припадає на кожний фактор, а далі – побудова діаграми фактора. При цьому вважається, що:

- фактори визначені через початкові змінні;
- система факторів утворює простір, в якому через навантаження факторів визначено початкові змінні;
- фактори ранжовані в порядку зменшення їх значущості для пояснення емпіричних результатів;
- кількість факторів істотно менше ніж кількість початкових змінних;
- факторам додається значення прихованих джерел, що породжують емпіричні результати та усі фактори незалежні один від одного» [124, с.203].

Математичні розрахунки ФА не надаються в даній роботі, завдяки великому об'єму. Даний метод аналізу використовувався для зменшення інформативної бази до інтегральних показників оцінок респондентів тих або інших питань анкети. Отримані показники застосовуються при дисперсійному аналізі для порівняння відповідей між респондентами за різними спеціальностями.

Якщо компанія планує залучити іноземні інвестиції або вийти на міжнародний ринок, то ознайомлення з цією методикою визначення ефективності КСВ допоможе орієнтуватись на кращий міжнародний досвід.

Всі три різновиди якісного індексу соціальних інвестицій (Додаток В, табл.В.2 п.п.1.1-1.3) можуть приймати значення від 0 до 100%. Чим більше значення індексу, тим цілісніша соціальна політика компаній. Використання індексів $IK(j)$ для підприємств надає можливість проранжувати організації за показниками комплексності процесів соціальних програм, а їх залучення у дослідженні дозволяє відкрити відповідні «слабкі місця», а саме: найбільш небезпечні загрози для функціонування підприємства.

2.4. Індекс доступності житла SEB відображає максимальна кількість квадратних метрів, яку можуть придбати жителі з середніми доходами за допомогою кредиту, не беручи на себе надмірно високий ризик (термін кредиту – 25 років, перший внесок – 20 %, на кредитні платежі прямують 30 % доходів). У розрахунку індексу враховуються зміни чотирьох чинників, що впливають на ринок житла: цін на нерухомість, доходів, інфляції і процентних ставок [178].

3.2. Індекс інноваційно-кадрового потенціалу формується також з двох груп:

індикаторів ринку праці та індикаторів інноваційно-інвестиційних можливостей.

4.2. Індекс корпоративної відповідальності британської організації "Бізнес у суспільстві". Складається на основі опитування, дозволяє організації забезпечити системний підхід до управління, вимірювання і звітності щодо бізнес-наслідків у суспільстві. Також індекс допомагає узагальнювати інформацію щодо корпоративної відповідальності у всій компанії.

4.3. Індекс корпоративної відповідальності БІТС. Розробляється на основі опитування за чотирма сферами корпоративної відповідальності: сфера управління, сфера оцінки і впливу, екологічна, соціальна. Також вивчається корпоративна стратегія та інтеграція [178].

У результаті дослідження представлено результати статистичної обробки та статистичного аналізу кожного з розділів анкети (Додаток Б), інтерпретацію і пояснення отриманих результатів. Спочатку було проведено розрахунок первинних показників описової статистики та порівняння між собою оцінки респондентів за окремими пунктами анкети. Кожному питанню в розділі анкети було поставлено у відповідність означену змінну. Проведено факторний аналіз змінних. Після цього було виявлено фактори (як певні інтегральні показники), що використовувались як залежні змінні при кореляційному та дисперсійному аналізі. Таким чином, виявлявся вплив наступних факторів, як: стать, вік та спеціальність на оцінки, які надавали респонденти.

Висновки до розділу 2

1. Соціальні послуги як складові соціальних програм формують нові житлові відносини, які створюють привабливі умови в суспільстві та впливають на становлення будівельної системи. Реалізують право громадян на житло, забезпечення кількості введених житлових фондів та торкається основних елементів соціальних послуг, таких як якість і доступність. Державна житлова політика в умовах ринкового господарства – це система єдиних заходів законодавчого і контролюючого характеру, здійснюваних правочинними державними установами.

2. Щодо розбудови ефективної житлової політики, яка б відповідала умовам економіки, реаліям сьогодення та організаційних засад створення і реалізації процедур КСВ для формування конкурентного середовища на внутрішньому ринку, то ця робота стримується через відсутність законодавчого механізму. Те, що робиться будівельними організаціями, які на власному ентузіазмі впроваджують принципи КСВ, явно недостатньо для істотних змін. В даний час, державою не враховується значення житлового будівництва не лише з соціальної точки зору, а й як одного з найбільш дієвих механізмів загального оздоровлення економіки. У 90-х роках капітальні інвестиції в розвиток соціальних програм становили приблизно 1/5 частку ВВП. Будівельні підприємства проводили широкомасштабну діяльність та забезпечували стабільну працю для сотень тисяч спеціалістів. Виплата високих заробітних плат збільшувала надходження податків до бюджету і підвищувала купівельну спроможність робітників.

3. Провідні індустріально розвинуті країни виробили численні механізми участі підприємств в соціальній підтримці суспільства, а саме: надзвичайно велика кількість корпоративних фондів, цілями яких є вирішення різних соціальних проблем за рахунок бізнесу. Виходячи зі світового досвіду, професійна освіта в Америці позиціонується як найбільш ефективна, оскільки вона фінансується приватним сектором, який на пряму заінтересований у вихованні високих професіоналів. Зрозуміло, ми виключаємо з порівняння країни, де освіта, охорона здоров'я та інші соціально значимі галузі існування суспільства фінансуються державою. Останнє частково пояснюється тим, що бізнес заінтересований в добровільних вливаннях в освіту, пенсійні і страхові схеми для персоналу та інші соціально значимі програми. Відповідальна поведінка підприємств перед суспільством заохочується відповідними податковими пільгами і заліками, закріпленими на законодавчому рівні.

4. З метою проведення емпіричного дослідження впровадження соціальних програм та перспектив їх розвитку на вітчизняних підприємствах (на прикладі Дніпропетровської області) було розроблено анкету стандартизованого інтерв'ю

(додаток Б). Спираючись на проведений теоретичний аналіз проблематики дослідження та особисте бачення, був сформований зміст анкети, який ураховував загальні рекомендації відповідно розробок інструментів дослідження даного типу: враховувалась пропорційність градацій у відповідях, використання закритих та відкритих питань, їх коректне та ін.

5. Респондентам пропонувалось дати експертну оцінку стосовно тієї чи іншої проблеми, пов'язаної з розвитком будівельної галузі і впровадженням соціальних послуг, та їх впливом на сучасну економіку.

6. Функціонування будівельної організації здійснюється у відповідності із зазначеними завданнями і цілями, які визначають напрям діяльності та специфіку. Разом з тим, персонал організації має власні індивідуальні цілі і завдання, які в процесі трудової діяльності можуть суперечити цілям організації в цілому. У ситуаціях розбіжності інтересів між людьми, що працюють в організації, можуть виникати конфлікти, які негативно впливають на ефективність функціонування, плинність персоналу, зниження обсягу виробництва та ін.

7. Стратегічним пріоритетом для будівельних підприємств, які активно беруть участь в інноваційній гонці, найважливішою проблемою стає забезпечення виробництва кваліфікованими кадрами, відповідним вимогам ринкової економіки. Тому, підприємства повинні швидко розвиватися і приділяти особливу увагу підготовці інженерних кадрів.

8. Застосування соціологічного дослідження в умовах функціонуючої будівельної галузі зазвичай пов'язане з рішенням зовнішніх або внутрішніх проблем галузі чи окремих організацій. КСВ допоможе виявити соціальні проблеми в будівельній галузі та оперативно їх вирішити.

РОЗДІЛ 3.

РОЗРОБКА НАПРЯМІВ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ МОДЕЛІ ЇЇ ОЦІНКИ

3.1. Особливість середовища і тенденції реалізації підприємствами соціальної відповідальності

На сучасному етапі її розвитку слід зауважити, що конкурентоспроможність даної галузі знаходиться на низькому рівні. Зменшуються масштаби житлового будівництва, а також стає все менш привабливим будівництво офісних приміщень.

«Будівельна галузь є однією з найважливіших галузей народного господарства, від її розвитку залежить функціонування та ефективність всієї системи господарювання в країні. Важливість цієї галузі пояснюється тим, що будівництво – одна з провідних галузей економіки, яка споживає продукцію багатьох галузей народного господарства і створює велику кількість робочих місць. Розвиток будівельної галузі викликає економічний зріст в країні і виникнення необхідних умов для розв'язання соціальних проблем» [137, с 54].

Упродовж 2012 р. за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 502,1 млн.грн. інвестицій в основний капітал, що на 62,1% менше, ніж у 2011 р. Як і в попередні роки найбільше коштів у будівництво житла вкладено в обласному центрі (73,6% загального обсягу), Новомосковському та Апостолівському районах (відповідно 4,8% і 4,6%) [170].

Розглядаючи характеристику різних напрямів соціальних програм підприємств, слід зауважити, що з даних, наведених у таблиці Д.1 та рисунку Д.1 (Додаток Д) впливає наступне: ефективною соціальною програмою підприємств є добросовісна ділова практика, яка дорівнює 156 чол. Також охорона здоров'я і безпечні умови праці персоналу дорівнюють 127 чол., які входять до ефективної соціальної програми. Не ефективними виявились: розвиток місцевого співтовариства та розвиток персоналу, які відповідно становлять 148 та 146. До

помірно ефективних програм можна віднести природоохоронну діяльність і ресурсозбереження, що дорівнює 121.

Розглядаючи це питання, можна говорити про те, що більше двох третин підприємств заявило про необхідність вести добросовісну ділову практику і створити безпечні умови праці персоналу. Останні погодилися з тим, що таку можливість мають лише окремі організації. Респонденти розуміють також, що не раціонально залишати соціальні програми держави і бізнесу повністю роз'єднаними. Істотно, що не дивлячись на поширену думку про вузькість «приватновласницьких» інтересів підприємців, вітчизняні бізнесмени готові узяти на себе реалізацію частини важливих соціальних функцій. Відповіді на питання про те, які основні напрями соціальної відповідальності вже реалізуються компаніями на практиці (Додаток Д, таблиця Д.2., рисунок Д.2), дозволили виявити широкий спектр фактичної участі бізнесу в соціальному житті країни: це – добросовісна ділова практика та охорона здоров'я, і створення безпечних умов праці. Слід зауважити, що опитування показало: 123 опитуваних вважають службу реклами та PR ефективним підрозділом. До ефективного підрозділу можна віднести також відділ маркетингу, службу управління персоналом та засновану окрему неприбуткову організацію, які відповідно дорівнюють 91, 90 та 95. Помірно ефективними є підрозділ із соціального розвитку, який становить 120, та найвищий виконавчий орган з відміткою 152, і підрозділ з екології і охорони навколишнього середовища.

В останні роки для впорядкування участі бізнесу в розробці і реалізації соціальної відповідальності на місцевому рівні стали створюватися і застосовуватися нові механізми. Прикладами можуть служити сукупність таких механізмів, як: іменні грантові фонди, іменні фонди організацій тощо. Завдяки дослідженню вдалось встановити, що найбільш ефективним підрозділом в реалізації соціальних програм респонденти вважають службу реклами та PR, на другому місці – відділ маркетингу. Тобто, слід зазначити, що вище зазначені служби тісно пов'язані з освітленням діяльності підприємств у суспільстві. Як результат, саме вони можуть ефективно простежувати ставлення громадськості до

підприємства та вносити необхідні корективи. Найвищий виконавчий орган організації було визначено найбільш неефективним.

Таким чином, дослідження показало, що потенціал участі приватного сектора в рішенні соціальних задач використовується в Україні далеко не повністю. Поки що можна швидше говорити не про готовність, а про розуміння бізнесом тих додаткових переваг, які можна «придбати», піклуючись про соціальні проблеми своїх співробітників, їх сімей, клієнтів, суспільства в цілому.

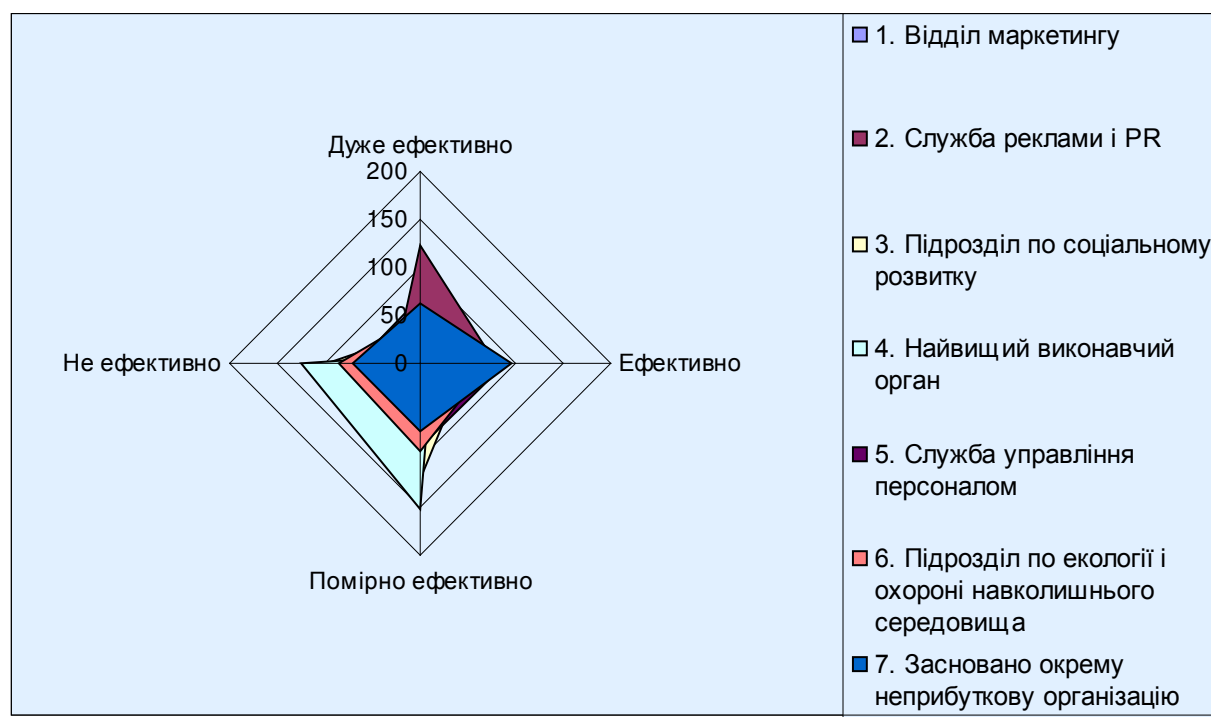


Рисунок 3.1 – Ефективність залучення підрозділів підприємства в реалізації соціальних програм

Щоб максимально використовувати цей потенціал – необхідне створення ряду сприятливих зовнішніх умов, включаючи ясну і недвозначну політику держави з проблем взаємодії в соціальній сфері, розвиток спеціалізованих некомерційних неурядових організацій і т.п. Іншими словами, результатами дослідження підтверджується теза про готовність бізнесу активніше брати участь у вирішенні соціальних проблем.

Програми соціально-економічного розвитку суспільства націлені на підвищення якості життя населення, перш за все, за рахунок реалізації вибраної

стратегії зміцнення економічного потенціалу міст, забезпечення стабільної зайнятості, розвитку ринку праці і нових робочих місць, формування інноваційної соціальної відповідальності. Стимулами для соціальної відповідальності слід назвати публічне визнання високої репутації соціально відповідальних компаній, як з боку держави, так і з боку суспільства.

Таблиця 3.1 – Спрямованість діяльності корпоративної соціальної відповідальності по галузям

№ п/п	Галузь	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Дозвілля	84	87	64	65
2.	Екологія	87	95	64	54
3.	Культура	55	58	100	87
4.	Наука і технології	77	57	64	102
5.	Освіта	73	93	96	38
6.	Охорона здоров'я	84	60	77	79
7.	Підтримка громадських ініціатив	37	45	61	157
8.	Підтримка розвитку бізнесу	13	31	94	162
9.	Права людини	31	67	61	141
10.	Розвиток громади	75	93	54	78
11.	Розвиток медіа	76	85	92	47
12.	Соціальний захист	52	26	63	159

Наступним етапом є опис спрямованості діяльності корпоративної соціальної відповідальності по галузям (таб.3.1.). До регулярно спрямованих діяльностей соціальної відповідальності належить охорона здоров'я з відміткою 84. Довкілля, екологію, розвиток громади можна віднести до досить частої соціальної відповідальності, які відповідно становлять 87, 95 та 93. Щодо нерегулярної відповідальності, то можна сказати, що сюди відносяться такі галузі, як: культура з відміткою 100, освіта, яка дорівнює 96 та розвиток медіа, що становить 92. До тих соціальних відповідальностей, які ніколи не відбуваються,

можна віднести: науку та технологію з відміткою у 102; підтримку громадських ініціатив, які дорівнюють 157; підтримку розвитку бізнесу – 162; права людини – 141 та соціальний захист – 159.

Кожен з охарактеризованих вище напрямів соціальних програм компанії, спрямованих на підтримку галузей, оцінюється по сукупності кількісних і якісних показників. Враховуючи, що масштаби корпоративних соціальних програм розрізняються залежно від пріоритетів окремої компанії в соціальній, економічній і екологічних сферах, стратегії її розвитку, а також регіональної, галузевої і культурної специфіки, нижче наводяться графіки, які характеризують лише найбільш загальні і часто використовувані компаніями показники, що відображають їх соціальні програми.

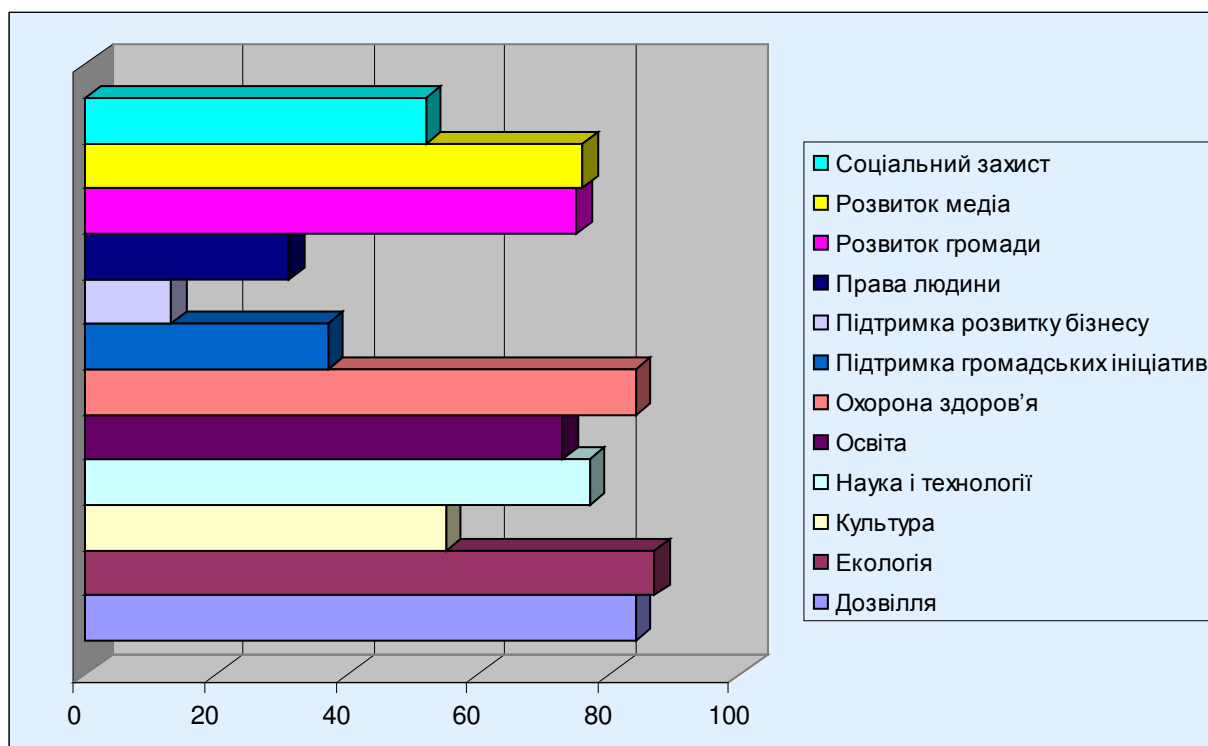


Рисунок 3.2 – Характеристика найбільш загальних і часто використовуваних компаніями напрямів реалізації соціальних програм

«Не дивлячись на активне використання принципів і інструментів соціально відповідальної поведінки, українські підприємства реалізують деякі з них своєрідно, що обумовлено специфічними екзогенними чинниками розвитку. Їх можна розділити на екологічні, соціальні і культурні. До екологічних слід віднести наявність соціально допустимих норм забруднення, рекреаційну можливість навколишнього природного середовища та ін. Законодавчо певні екологічні вимоги вимушують підприємства дотримуватись встановлених нормативів, інакше їх чекають санкції за невиконання. До просторових чинників відносяться неоднорідність і нерівномірність концентрації капіталу в регіонах, залежність інфраструктури невеликих міст від одного підприємства. Така ситуація вимагає від керівництва підприємства вживання заходів, що забезпечують функціонування соціальної інфраструктури, обслуговуючої, в основному, працівників цього підприємства» [138, с 54].

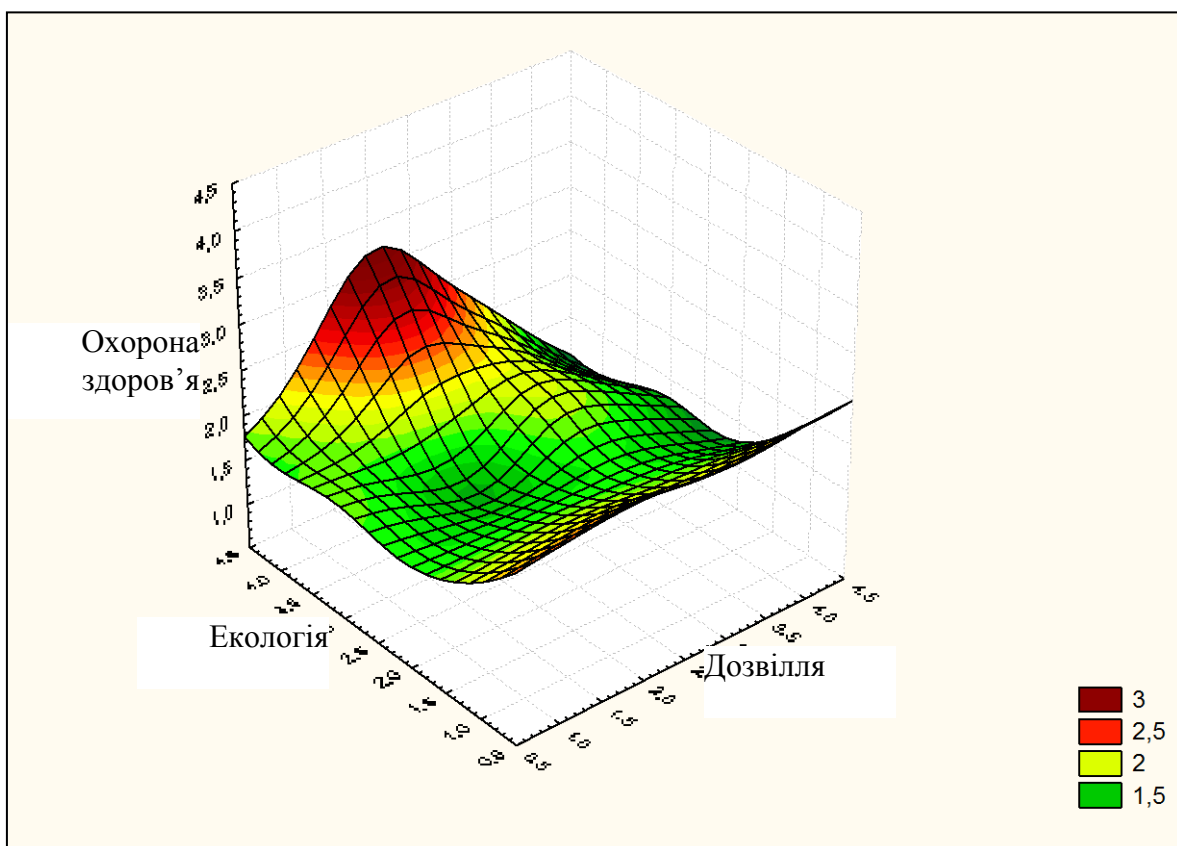


Рисунок 3.3 – Взаємозалежність основних напрямів реалізації соціальних програм підприємствами

Щодо впливу соціальних категорій (Додаток Д, таблиця Д.3, рисунок Д.3), які ніколи не відбуваються, то можна сказати, що ними є державні установи з відміткою – 139, політичні партії – 257 та профспілки, що дорівнюють – 106. Громадські організації належать до числа соціальних категорій, які інколи впливають на розвиток соціальної відповідальності підприємств, з відміткою – 81. До досить частого впливу вдаються категорії, як фізичні особи – 81. А до регулярного впливу можна віднести таку категорію, як органи місцевого самоврядування. Саме орієнтація на розвиток соціальних програм на самому вищому керівничому рівні сприяє реструктуризації підприємства, поліпшенню міжрівневих комунікацій, покращенню мікрокліматичного стану організації.

«Серед соціальних чинників можна відзначити рівень диференціації доходів, персоніфікацію відносин підприємств і влади, режим роботи, тривалість робочого дня, існуючу оцінку праці, демографічну ситуацію. Збереження і розвиток людського капіталу, підтримка високого професійного рівня обумовлює посилення уваги менеджменту до питань вдосконалення охорони праці, його мотивації і забезпечення кар'єрного зростання працівників. Вплив культурних чинників виявляється у формуванні корпоративної системи цінностей, визначенні статусів, переваг працівників, підвищення їх рівня довіри до влади» [84, с.40].

Майже всі респонденти вибрали варіант, при якому профспілки і соціальні ініціативи компаній існують окремо і незалежно один від одного. І ще менше респондентів (17,6%) вважає, що держава лише визначає пріоритети соціальної відповідальності, а компанії беруть на себе основну частину функцій в питаннях розробки і реалізації соціальних програм.

До проблем формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві (Додаток Д, таблиця Д.4, рисунок Д.4), які найбільш турбують, можна віднести: некомпетентність представників органів влади – 35 %, невпевненість у завтрашньому дні – 38 %, підвищення цін – 41 %, зниження рівня життя – 42 % та низька ефективність управління – 33 %. До проблем, які досить часто турбують, належать: корупція – 28 %, збільшення темпів безробіття – 31 %. Щодо проблем, які не турбують, можна віднести: авторитарні методи управління –

84 %, низькі темпи розвитку корпоративної культури – 42 %, відсутність корпоративного кодексу на підприємстві – 62 % та гендерні питання – 59 %.

Даний результат є природним і таким, що досить точно відображає практичний баланс сьогоденних можливостей і інтересів держави та приватного сектора. Підприємства вважають небажаною ситуацію, при якій основні завдання соціального забезпечення населення перекладаються на плечі бізнесу. Очевидно, що бізнес не призначений для їх здійснення, а держава володіє необхідними ресурсами для виконання такої діяльності. В першу чергу, – це ті засоби, які поступають в казну як податки від діяльності підприємств.

Взагалі, в Україні прояви корпоративної соціальної відповідальності часто носять спонтанний характер і не являються частиною плану по формуванню іміджу організації. При цьому існує тенденція, коли рішення про фінансування заходів соціального інвестування приймаються вищим керівництвом на підставі особистих поглядів та цінностей, а очікуваний від неї вплив на фінансові результати організації не прораховується.

Вплив соціальної діяльності на формування корпоративної відповідальності (Додаток Д, таблиця Д.5, рисунок Д.5). Досить частий вплив соціальної діяльності має проведення благодійних акцій (благодійних концертів, ярмарків, аукціонів, теле – і радіо марафонів), і становить 105. Не досить частий вплив простежується в аналізі політики з відміткою 88. Жодного впливу соціальної діяльності на формування корпоративної відповідальності не мають: представлення та захист інтересів, лобіювання – 146, проведення досліджень – 82, моніторинг та оцінка – 128, навчання – 228 та консультування – 160, стажування – 133 і соціальний супровід – 132, соціальна /медична / психологічна реабілітація – 110. А також технічне оснащення (дооснащення) медичних / соціальних / освітніх закладів сучасним устаткуванням – 166, підтримка діяльності ресурсних / інформаційних / консультативних центрів – 84, розробка та видання інформаційно-методичних матеріалів – 135 та законодавчі ініціативи – 237.

Опитування передбачало з'ясування видів діяльності, які впливають на формування корпоративної відповідальності. За результатами дослідження

виявилося, що основною і переважною діяльністю для багатьох організацій є: соціальна / медична / психологічна реабілітація. Значна частина опитаних указала на проведення благодійних акцій (благодійних концертів, ярмарків, аукціонів, теле- і радіомарафонів). Майже дві третини, представлених у дослідженні організацій, серед видів діяльності вважають, що такі категорії, як Навчання та Законодавчі ініціативи зовсім не впливають на формування корпоративної відповідальності.

Також зазначимо, що в Україні при достатньо високому податковому тиску на організації, і досі відсутні будь-які методи регуляторного заохочення соціально відповідальних організацій. Зокрема, немає класичних податкових кредитів, податкових вирахувань, «відсоткових законів» тощо. Також, державою не створено умов, за яких соціальне інвестування було б вигідним і підприємствам, і державі: це і невизначений механізм здійснення соціального інвестування, недосконала система моніторингу інвестованих грошей, низька культура самого бізнесу. Однак, можна однозначно свідчити, що в умовах відсутності підтримки з боку держави, певні українські організації все ж таки намагаються здійснювати корпоративну соціальну відповідальність.

Регулярне поширення інформації (Додаток Д, таблиця Д.6, рисунок Д.6) відбувається через власну веб - сторінку – 226. Досить частим поширенням інформації є надання інформації в Довідник – 86, видавання річних звітів – 135, та ніякого шляху (люди самі дізнаються) – 17. До нерегулярного поширення інформації можна віднести участь у конференціях – 79. Ніякого шляху поширення інформації мають: подача інформації в пресу – 127, видання власних бюлетенів – 212, проведення презентацій – 204.

Піддослідні організації використовують повний спектр заходів і засобів щодо поширення інформації про свою діяльність. Так 46% опитаних указали на те, що, як правило, подають інформацію про їхні організації за допомогою веб-сторінки. Завдяки низькій вартості та доступності Інтернету саме цей засіб найбільш поширений. Найменш поширені засоби: поширення буклетів та листівок про організацію – 22,7 %; видання власного бюлетеня – 21,7%; проведення

презентацій – 20,9%. Такі цифри говорять про те, що зазначені шляхи розповсюдження інформації не відповідають сучасним вимогам через свою обмеженість до громадськості та високі матеріальні затрати.

За результатами проведеного опитування було виявлено наступні основні перешкоди (Додаток Д, таблиця Д.7, рисунок Д.7): відсутність моральних стимулів для заохочення благодійників /донорів / спонсорів відбувається регулярно; відсутність економічних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів є також досить частою перешкодою. Перешкоди з боку влади при здійсненні соціальної діяльності, як перешкода, ніколи не вважається. Перешкоди з боку громадськості при здійсненні соціальної діяльності майже ніколи не відбувається. Обмежені матеріальні ресурси для підтримки повсякденної діяльності організацій відбувається регулярно. Низький рівень поінформованості громадськості про суть та мету соціальної відповідальності бізнесу майже ніколи не виконується. Проблемне законодавство – регулярне. Відсутність в країні стандартів для здійснення соціальної відповідальності бізнесу та відсутність кваліфікованих співробітників, діяльність яких націлена на реалізацію соціальних програм в організаціях, не вважається перешкодою.

Знання проблем означає, що підприємства усвідомлюють свою спроможність та обмеження. В рамках дослідження представникам підприємств запропонували оцінити вплив кожного з перелічених факторів (наданих у списку), які мають вагомий вплив на формування КСВ, та які слід вирішити для подальшого ефективного впровадження корпоративної соціальної діяльності. Отримані результати подано в таблиці Д.8 та представлено на рисунку Д.8 (Додаток Д).

Більшість респондентів вважають, що питання матеріально-технічного забезпечення, інформаційно-методичне забезпечення, налагодження співпраці з органами влади, налагодження співпраці з державними установами, налагодження співпраці із ЗМІ не є необхідними для їхніх організацій. Питання, які потребують вирішення, стосуються навчання та підвищення кваліфікації персоналу, покращення іміджу організації, забезпечення сприятливої нормативно-правової

бази на всіх рівнях, налагодження ефективного менеджменту організації.

Налагодження ефективного менеджменту організації та матеріально-технічне забезпечення (приміщення, обладнання тощо) – скоріше не потребує. Досягнення фінансової стабільності та забезпечення сприятливої нормативно-правової бази на всіх рівнях – скоріше потребує. Створення (покращення) іміджу організації та навчання, підвищення кваліфікації персоналу потребує: налагодження співпраці із ЗМІ, налагодження співпраці з органами влади, налагодження співпраці з державними установами (зкладами освіти, соціальними службами, закладами охорони здоров'я тощо), обмін досвідом з організаціями, інформаційно-методичне забезпечення, ознайомлення з міжнародним досвідом, налагодження ефективного фінансового менеджменту.

Крім того, учасники фокус-групи вказали, що для ефективної роботи замало професійних співробітників та наявності обмежень бюджету фондів на окремі статті витрат.

Перелік проблем практично повністю збігається із труднощами, які перешкоджають загальному розвитку КСВ в Україні. Звідси слід надати твердження: впровадження лише деяких заходів, що сприятимуть розвитку благодійності на національному рівні, справлятиме очікуваний вплив на підвищення ефективності діянь і корпоративних фондів.

Відповіді на дане питання показало невелику кількість організацій, які вважають, що проблема формування КСВ залежить від «Матеріально-технічного забезпечення» та «Налагодження співпраці з державними установами». Значна частина респондентів вважає, що першорядні проблеми формування КСВ – це «Навчання та підвищення кваліфікації персоналу», «Покращення іміджу організації». Але при цьому слід додати, що ці два фактори мають взаємозв'язок, бо саме високий імідж підприємства може привабити кваліфікований персонал. Також, наявність високої кваліфікації робітників впливає на загальний імідж організації. Можна констатувати, що розвиток саме цих двох факторів допомагає спрямовувати і покращувати громадську діяльність представників бізнесу та допомагають широко популяризувати діяльність підприємства у суспільстві.

Оскільки систематизація корпоративної соціальної відповідальності лише почалася в Україні і створення фондів з розвитку та впровадження корпоративної соціальної відповідальності є досить новою формою підприємств, ще передчасно робити глибокі висновки щодо загальних стійких тенденцій діяльності цих фондів. Але вже сьогодні можна відокремити два основних підходи, що простежуються у процесі створення та розвитку діяльності вітчизняних корпоративних у сфері КСВ:

- компанії впроваджують діяльність КСВ з метою, що вони зможуть сприяти активізації та розвитку громадської діяльності і, таким чином, покращити суспільний добробут у громадах, в яких вони працюють.

Саме для цього вони виділяють стабільні ресурси для реалізації поставлених завдань:

- діяльність з КСВ створюються із мінімальним внеском від компанії з визначеною місією та з надією, що заснована інституція стане спроможною самостійно віднайти ресурси для досягнення цієї місії.

Дуже важливим та принциповим є розкриття інформації про кількість акцій у менеджерів, відрахування на соціальний захист працівників, недосконалість системи пенсійного забезпечення працівників (табл. 3.2). Доцільним є наявність незалежного аудитора. Скоріш не доцільними є наявність нормативно визначеної процедури укладення угод, що можуть призвести до конфлікту інтересів між особистими інтересами посадової особи та її посадовими обов'язками; недосконалість системи надання матеріальної допомоги. Абсолютно недоцільними є наявність процедури відсторонення від роботи голови та членів правління визначеної Статутом, нормативними документами і трудовими договорами; право подання позову на дії менеджерів; розкриття інформації про заробітну плату менеджерів; розкриття інформації про власників акцій (доступність інформації про фізичну чи юридичну особу та кількість акцій, якою вона володіє).

В цілому, українські організації стикаються з проблемою браку інформації про застосування корпоративної соціальної відповідальності не як технології, а як

принципу діяльності. При цьому, такий чинник як прозорість в роботі, не притаманний жодній організації в Україні.

Таблиця 3.2 – Доцільність формування корпоративної культури підприємства з дотриманням юридичних аспектів

№ п/п	Юридичні аспекти	Дуже важливо і принципово	Доцільно	Скоріш не доцільно	Недоцільно	Абсолютно недоцільно
1.	Наявність процедури відсторонення від роботи голови та членів правління визначеної Статутом, нормативними документами і трудовими договорами	5	16	20	88	154
2.	Право подання позову на дії менеджерів	12	16	37	93	130
3.	Наявність нормативно визначеної процедури укладення угод, що можуть призвести до конфлікту інтересів між особистими інтересами посадової особи та її посадовими обов'язками	57	58	60	25	41
4.	Розкриття інформації про заробітну плату менеджерів	55	52	44	29	58
5.	Розкриття інформації про кількість акцій у менеджерів	62	71	46	50	12
6.	Розкриття інформації про власників акцій (доступність інформації про фізичну чи юридичну особу та кількість акцій, якими вона володіє)	2	5	64	53	163
7.	Наявність незалежного аудитора	64	79	38	38	21
8.	Відрахування на соціальний захист працівників	95	86	33	8	3
9.	Недосконалість системи пенсійного забезпечення працівників	92	51	74	4	4
10.	Недосконалість системи надання матеріальної допомоги	35	54	91	43	34

Стандарти етики є більш декларативними або наслідком моди. Часто підхід до корпоративної соціальної відповідальності є суто формальний. В даній роботі було розроблено дерево цілей, яке встановлює пошук шляхів конкретної реалізації КСВ шляхом впровадження будівництва соціального житла (Додаток Е, рисунок Е.1).

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні не базується

на давніх традиціях і звичках, як в США та країнах Європи, і розпочався значно пізніше. Проте тенденції удосконалення не стоять на місці, вони йдуть паралельно змінам розвинених країн.

При висвітленні результатів корпоративної соціальної відповідальності за допомогою засобів масової інформації, особливістю вітчизняних організацій є акцентування уваги на самому факті та обсязі витрат, замість висвітлення корисності для громадян і суспільній проблемі. Слід розуміти, що засоби масової інформації оприлюднюють таку інформацію на комерційних засадах. Корпоративна соціальна відповідальність іноді сприймається суспільством як спроба організації нейтралізувати шкоду, яка була спричинена зовнішньому середовищу продуктами її діяльності. Це, в свою чергу, найбільш стосується екологічно «шкідливих» виробництв [92].

Найголовніше, чим на сьогодні відрізняється корпоративна соціальна відповідальність в Україні – це брак традицій та переконливе покликання займатися соціально відповідальною діяльністю. Звичайно, корпоративна соціальна діяльність компаній може допомогти вирішити певні проблеми й отримати довгоочікувані результати, але без підтримки, розуміння і головне – співучасті громад, держави, неурядових та благодійних організацій, пожертви компаній так і залишаться «жертвами».

Стабільна й розвинена економіка дає можливості суспільству вдосконалюватися і зростати. Водночас саме суспільство має заохочувати підприємства до соціальної відповідальності, адже ця шляхетна справа не лише показує рівень розвитку суспільства, а й стає мірилом честі та сумління кожного громадянина. Основні юридичні аспекти, які турбують громадян: відрахування на соціальний захист працівників, недосконалість системи пенсійного забезпечення працівників. Це пов'язано з тим, що працівники насамперед турбуються про себе та своє майбутнє. Основна різниця реалізації соціальної відповідальності між західними і українськими законодавчими традиціями полягає в різному розумінні цієї діяльності.

«Традиційний законодавчий підхід в США або Великобританії полягає в

гнучкості і дозволяє корпоративному сектору, а також урядовим регулюючим структурам адаптуватися під постійно змінні соціальні потреби в пошуку добродійної діяльності. На противагу гнучкому західному підходу, законодавче забезпечення соціально відповідальної діяльності визначається рядом нормативних актів. Західні добродійні організації мають ряд пільг на податки: неурядові організації звільняються від податку на прибуток з грантів, субсидій або іншого фінансування, направлено на підтримку їх діяльності» [91, с.37].

В цілому, для України проблемними питаннями, що розв'язуватимуться через соціальне інвестування будівельних організацій в межах їхньої корпоративної соціальної відповідальності виступають: зростання зарплатні працівників, покращення умов роботи та життя, недосяжні ціни на нерухомість, захист здоров'я працівників, переробка сміття, етичні проблеми тощо.

Однак в межах корпоративної соціальної відповідальності Українські будівельні організації основні зусилля спрямовують на фінансову підтримку закладів культури, спортивні та релігійні заходи. Такі витрати найбільш вигідні з точки зору ефекту впізнаваності і це надійно формує лояльне відношення населення.

3.2. Розробка рекомендацій вдосконалення механізму реалізації соціальної відповідальності підприємств

У теперішній час в Україні спостерігається ситуація, коли треба зазначити, що здійснення соціальної відповідальності втілюється низькими темпами, на це впливає розвиток інфраструктури та відсутність підтримки з боку держави. При реалізації соціальних програм перевага віддається так званому традиційному підходу. Для нього характерні прагнення до самовдосконалення, уособленість, але з великою долею безсистемності. Це означає: прийняття рішень про проведення соціальних програм на основі внутрішніх міркувань, нерегулярне проведення соціальних заходів, прагнення до економії при здійсненні соціальної діяльності, що негативно відбивається на іміджі підприємства.

З метою оптимізації роботи підприємств і визначення ключових напрямів, на яких слід зосередити увагу, було проведено соціологічне дослідження, метою якого є вивчення питань соціальної відповідальності підприємств як елементу формування організаційної культури у технологіях управління підприємствами та ставлення суспільства до формування соціальної відповідальності підприємств в Україні.

Основні завдання дослідження полягали у з'ясуванні проблем щодо соціальної відповідальності інституцій, а також у визначенні пріоритетних видів підтримки та послуг, яких потребують підприємства задля здійснення соціальної відповідальної місії в Україні, а також джерел впливу на профільну тематику і методам її коригування.

При вивченні перспектив розвитку соціальної відповідальності підприємств в будівельній галузі було розроблено спеціальний інструментарій – анкету стандартизованого інтерв'ю.

В процесі аналізу були виявлені особливі риси реалізації соціальних програм специфічні на регіональному рівні.

Аналізуючи труднощі, які найбільше перешкоджають розвитку будівництва та вирішенню проблем з житлом для працівників українських підприємств (табл.3.3), слід зауважити, що респонденти вважають основною перешкодою – це проблеми законодавчого характеру, менш впливовими – відсутність економічних стимулів для підприємств, недостатній рівень підтримки з боку місцевої влади, обмежені матеріальні ресурси у населення. Незначними є перешкоди з боку громадськості. Не перешкоджають: відсутність кваліфікованих співробітників на підприємствах та недостатній рівень підтримки з боку центральної влади.

Насамперед, в ході опитування було встановлено, що до важливих ознак ефективності соціальних програм опитувальна група віднесла вирішення соціальних проблем, своєчасну виплату заробітної плати, дотримання законів, виплату податків, соціальну турботу про персонал (наприклад, соціальний захист членів їх родини, оформлення робочого місця з дотриманням вимог законодавства тощо).

Таблиця 3.3 – Труднощі, які найбільше перешкоджають розвитку будівництва та вирішенню проблем з житлом для працівників українських підприємств

№ п/п	Перешкоди розвитку будівництва	Дуже перешкоджають	Перешкоджають	Не дуже перешкоджають	Не перешкоджають
1.	Проблеми законодавчого характеру	93	88	67	52
2.	Відсутність економічних стимулів для підприємств	121	91	59	29
3.	Недостатній рівень підтримки з боку центральної влади	62	52	59	127
4.	Недостатній рівень підтримки з боку місцевої влади	113	48	58	81
5.	Перешкоди з боку громадськості	65	76	82	77
6.	Обмежені матеріальні ресурси у населення	116	92	41	51
7.	Відсутність кваліфікованих співробітників	24	58	71	147

Також учасники опитування вважають, що дуже перешкоджають – це відсутність кваліфікованих співробітників на підприємствах, діяльність яких необхідна для формування позитивного іміджу компанії, і одним з методів якого є підвищена увага до розвитку персоналу, забезпечення високого рівня охорони здоров'я та створення безпечних умов праці персоналу. Було висловлено думку, що свідчить про усвідомлення підприємствами необхідності підтримки стійких зв'язків з персоналом як найближчого представника суспільної системи і залежності ефективності їх діяльності від громадської думки (таблиця.3.3).

Слід зауважити, що політика КСВ залежить від усунення перешкод та запровадження стимулів для її впровадження, створення привабливого економічного клімату з розвитку КСВ та підвищенню життєвого рівня населення. Сьогодні безсуперечним є той факт колосальної невідповідності цін на нерухомість та доходів громадян. Ціни не хочуть знижуватись, вони навпаки, зростають ще більше. Така тенденція відбувається не тільки в регіонах, але і в столиці. Слід розуміти, що така ціна є інтегральним показником розвитку економіки в країні. Високими перешкодами виступають відсотки по кредитах та саме вартість нерухомості. Але слід зазначити, що сума першого внеску по кредиту не є головною перешкодою, і наявність першого внеску та умови

кредитування також не є перешкодами.

Фактором подорожчання житла виступають малі обсяги будівництва. Слід зазначити відсутність якості проектів, конкурентних ідей, які могли б задовольнити підвищений попит. Лише налагодження взаємозв'язків між соціально відповідальними підприємствами допоможуть вирішити проблеми галузі та суспільства в цілому.

Таблиця 3.4 – Основні обмеження до придбання власної нерухомості

№ п/п	Основні обмеження	Дуже перешкод- жають	Перешкод- жають	Не дуже перешкод- жають	Не перешкод- жають
1.	Висока вартість нерухомості	128	95	34	43
2.	Високі відсотки по кредитах	97	97	54	52
3.	Наявність першого внеску по кредиту	61	48	65	126
4.	Розмір суми першого внеску по кредиту	46	54	132	68
5.	Умови кредитування	78	47	73	102

Основні ризики для такої співпраці полягають у слабкій юридичній захищеності та нерозвиненості законодавчих норм, які б регулювали і давали підтримку розвитку КСВ.

Отже, придбання квартири займає перше місце за необхідністю. На другому місці – приватний будинок, а дача та заміський будинок – займають останні місця в потребах нерухомості. Основними обмеженнями в придбанні власної нерухомості виступає висока вартість та недосконала система іпотечного кредитування (Додаток Ж, таблиця Ж.1, рисунок Ж.1).

Більшість респондентів вважають придбання квартири більш привабливим, ніж заміського або приватного будинку. Сучасне становище сіл далеке від романтичного зображення телевізора, де показують затишні вулиці з однаковими будиночками, пригожими людьми та ін. В реаліях життя маємо необлаштоване село та відсутність інфраструктури: медичне обслуговування, садки, школи, кіно, бібліотеки, суспільний транспорт і т.п.

Одним з найважливіших аргументів на користь міста може виступати такий фактор як робота. Їздити на роботу в найближче велике місто щодня майже неможливо, оскільки собівартість проїзду може становити більшу частину заробітної платні. Також, слід враховувати високу витрату енергоресурсів у процесі експлуатації житла.

Найбільше турбують: заощадження коштів для майбутнього придбання житла (Додаток Ж, таблиця Ж.2, рисунок Ж.2), придбання нерухомості в кредит для себе або найближчих родичів, придбання нерухомості для себе або найближчих родичів. На другому місці є заощадження коштів для майбутнього будівництва. На третьому місці, тобто, зовсім не є проблемами – це будівництво нерухомості для себе або найближчих родичів, оренда нерухомості для себе або найближчих родичів.

Дуже складним залишається питання надання житла соціальним категоріям населення, таким як: звільненими в запас військовим, молодим сім'ям, прибуток яких не дозволяє придбати житло. Фінансування, яке надається з державного бюджету, явно недостатнє для покращення ситуації житлового будівництва.

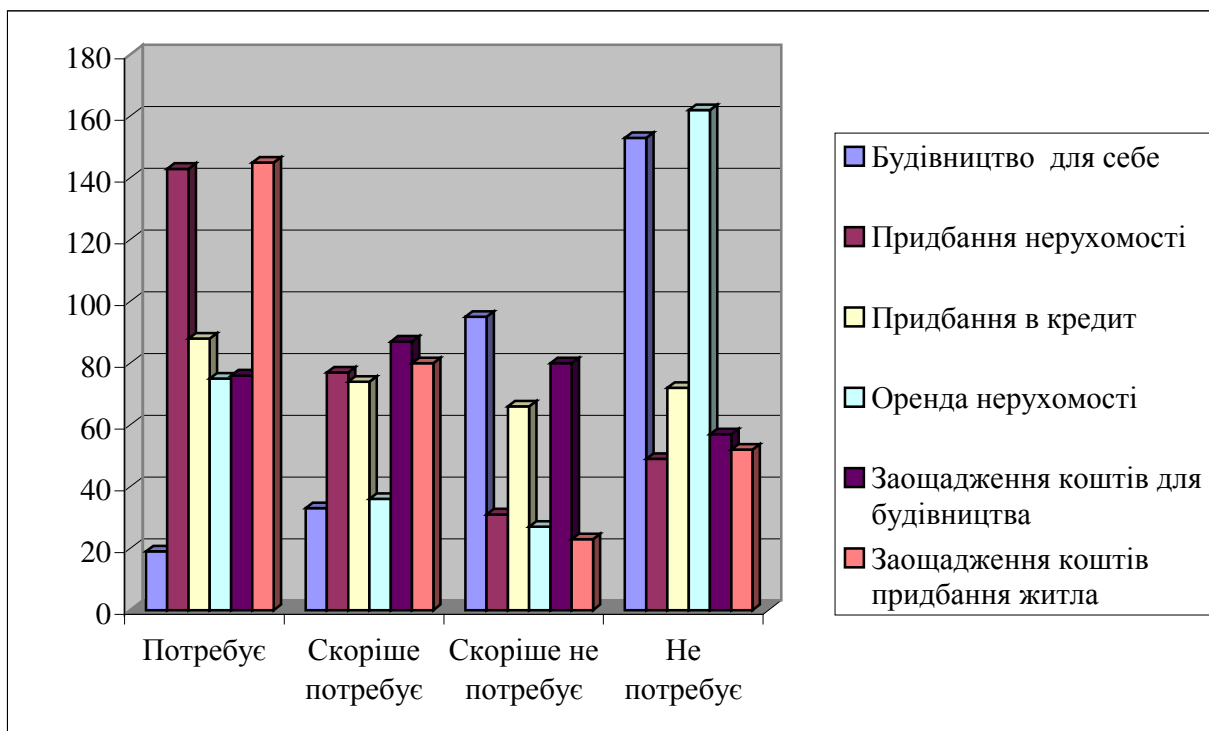


Рисунок 3.4 – Основні житлові проблеми, які турбують громадськість

На сьогодні не відпрацьовані механізми державного сприяння розвитку соціального будівництва, які б містили в собі державне або приватне субсидування громадян, що мають намір придбання нерухомості, і в такий спосіб значно підвищували б купівельну спроможність суспільства.

Як видно з отриманих даних (табл. 3.5), найбільш доцільним для підприємств було б націлити діяльність з КСВ на часткове чи повне кредитування співробітників на придбання житла, будівництво житла для співробітників, надання житла для мешкання співробітника та його родини без права передачі у приватну власність. Таке явище має назву «Корпоративна іпотека» і з'явилося давно на Українському ринку, практично в один і той же час з простою іпотекою.

Таблиця 3.5 – Доцільність впровадження іпотечної допомоги співробітникам як одного з аспектів формування системи КСВ

№ п/п	Аспекти формування системи КСВ	Дуже важливо і принципово	Доцільно	Скоріш доцільно	Скоріш недоцільно	Недоцільно	Абсолютно недоцільно
1.	Будівництво житла для співробітників	105	94	60	24	3	14
2.	Часткове або повне кредитування співробітників на придбання житла	117	54	59	29	25	16
3.	Надання житла для мешкання співробітника та його родини за умови трудового стажу у компанії більш ніж 20 років	48	28	29	55	86	54
4.	Надання гуртожитку для співробітника та його родини	44	26	33	79	76	42
5.	Надання житла для мешкання співробітника та його родини без права передачі у приватну власність	59	84	53	71	7	26
6.	Надання житла для мешкання співробітника та його родини з правом передачі у приватну власність	42	61	52	59	65	21

Щоправда, ухвалення такої допомоги, як способу вирішення житлового питання співробітників, на даний час не відбулося. Для працедавця корпоративна іпотека не менш вигідна. Вона дозволяє довгостроково утримувати персонал,

підвищувати ефективність праці, отримувати лояльних співробітників, які тримаються за місце і прагнуть зробити кар'єру усередині однієї компанії. Адже для своєчасного внесення платежів по іпотечному кредиту протягом 5-10-20 років важливий не тільки рівень доходу, але і стабільність його отримання. Узятий кредит міняє відношення людини до життя, його пріоритетами стає стабільність, стійкий добробут, тому він більшою мірою націлений на досягнення максимального результату і успіху свого підприємства.

Дуже важливими та принциповими є будівництво житла для співробітників, часткове або повне кредитування співробітників на придбання житла. Доцільними є надання житла для мешкання співробітника та його родини без права передачі у приватну власність. Скоріш, недоцільним є надання гуртожитку для співробітника та його родини. Недоцільними також є надання житла для мешкання співробітника та його родини за умови трудового стажу у компанії більш ніж 20 років, надання житла для мешкання співробітника та його родини з правом передачі у приватну власність.

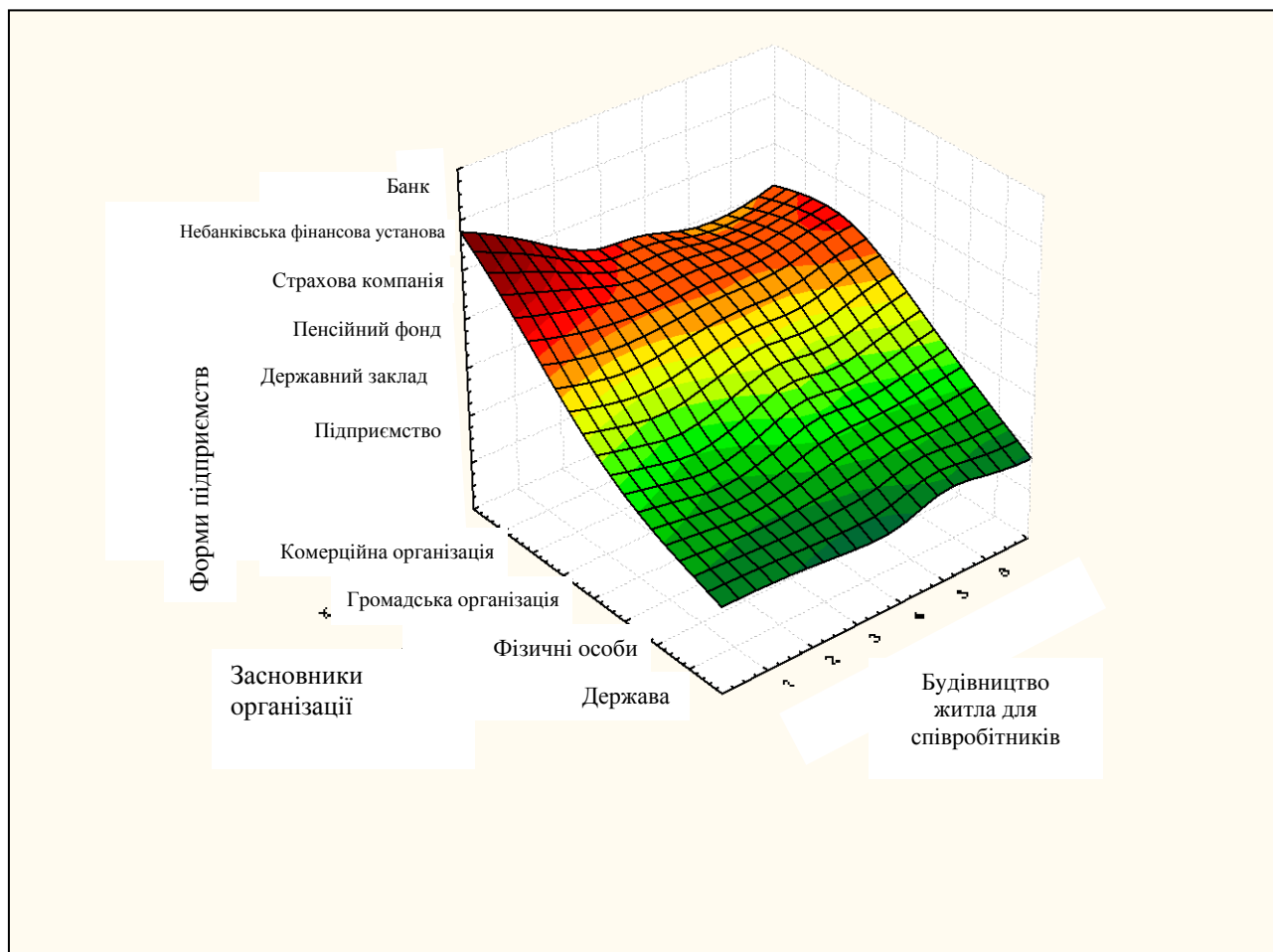


Рисунок 3.5 – Залежність обсягів будівництва від форми підприємства

До того ж, співробітник працюватиме з більшою ефективністю і самовіддачею, якщо квартирне питання не буде причиною його тяжких думок як в робочий, так і у вільний від роботи час. Сприяння і підтримка у придбанні нерухомості по іпотеці розглядатиметься співробітником як заохочення, висока оцінка його діяльності з боку компанії.

В Україні середній рівень зарплати коливається в межах 150 дол., що в свою чергу, робить іпотеку абсолютно недоступною для більшості населення. Аналізуючи здійснення КСВ, в залежності від форми підприємства та їх діяльності у сфері будівництва, можна виявити залежність між засновниками та їх інтересом в здійсненні КСВ. З розглянутих даних видно, що існує пряма залежність. Так організації, які функціонують у банківській сфері, проявляють найбільшу зацікавленість у корпоративній іпотеці, оскільки в їх розпорядженні знаходяться значні фінансові ресурси, що дає можливість надання іпотечної позики співробітникам. В основному це великі банки з розвинуеною філіальною мережею.

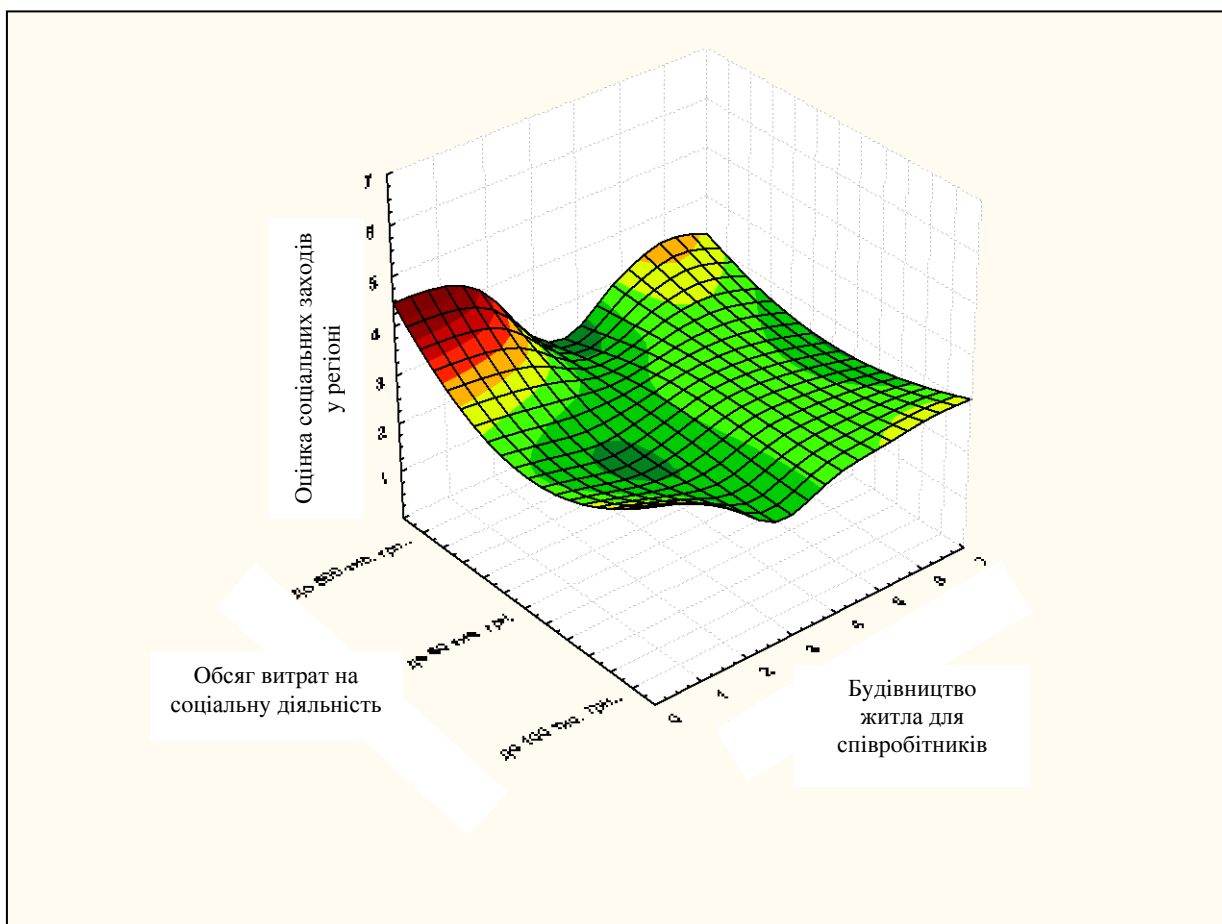


Рисунок 3.6 – Оцінка здійснення будівельної діяльності в залежності від обсягів здійснення КСВ.

Найбільш ефективно впровадження КСВ спостерігається на підприємствах, які виділяють понад 500 тис.грн. (рисунок 3.6) на здійснення будівництва для співробітників. Але, вони не зацікавлені в тому, щоб використовувати інформацію про свої досягнення у сфері надання нерухомості співробітникам, оскільки ставлять перед собою цілі: не сповіщати громадськість про свою діяльність, а надати цінному персоналу необхідну підтримку; налагодити довгострокові стосунки; націлити працівника на ефективне виконання його обов'язків, оскільки компанії більш зацікавлені в сталому розвитку.

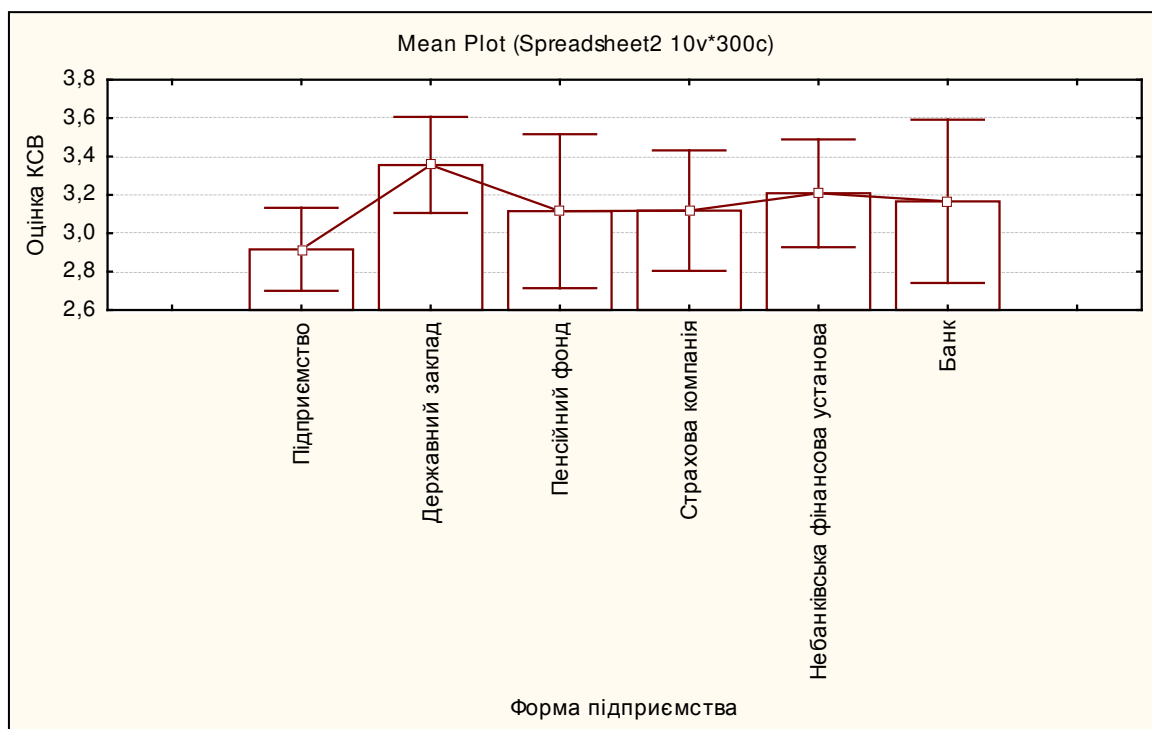


Рисунок 3.7 – Оцінка КСВ залежно від форми підприємства

Аналізуючи рисунок 3.1 (Додаток 3), слід зауважити, що найбільше поширення у використанні звідної інформації про КСВ набуло серед комерційних підприємств, оскільки, в умовах ринкової економіки, виникли умови, коли бізнес, слідуючи передовій практиці соціальної відповідальності, розуміє і розділяє проблеми регіонів і їх жителів, і вважає за необхідність брати участь у

вирішенні територіальних проблем.

Слід відзначити, що оцінка КСВ у галузі будівництва житла для співробітників (Додаток 3, рисунок 3.2) може виступати дієвим інструментом соціального управління, що дозволяє виявити ступінь соціальної відповідальності підприємств, організацій, органів управління на державному, галузевому, регіональному, корпоративному і особистому рівнях. Будівництво житла для співробітників дозволяє уникнути соціальних проблем, зменшити чинники соціальних ризиків і виробити пропозиції щодо мотивування робітників зростання їх професіоналізму та продуктивності праці.

Треба визнати, що заходи, які здійснено підприємствами в останні роки в питанні впровадження КСВ, виявилися неефективними, оскільки ніхто з респондентів не зміг назвати жодної будівельної компанії, яка використовує принципи КСВ. Розглядаючи питання роботи будівельної промисловості, насамперед можна з'ясували, що дана ключова галузь економіки фактично повністю випала з поля зору суспільства. Це пов'язано з тим, що лише за поточний рік у будівельній галузі загалом, у тому числі й у сфері будівництва житла, спостерігається обвальне падіння закінченого будівництва.

Спостерігається пріоритет особового, а не стратегічно-орієнтованого підходу до добродійності, ухвалення остаточного рішення про напрями соціальної активності, розміри засобів і кола компаній-розпорядників цих засобів, які знаходяться в компетенції керівників підприємств. Дана політика підприємства ігнорує організаційні стратегічні плани, які відображають прагнення щодо реалізації особистих завдань менеджерів вищої ланки.

Великий вплив поширюється на всі етапи реалізації соціальних програм з боку керівництва підприємства. Досвід представників підприємств показав, що добродійні проекти асоціюються перш за все з діяльністю громадських та благодійних фондів (60,8%), які засновані організаціями, власники яких стурбовані майбутнім своїх підприємств і шукають нові шляхи для впровадження корпоративної відповідальності.

Нестабільність економіки в Україні та наявність проблем при формуванні

організаційної культури накладає свій відбиток і на способи відбору конкретних допомоги. Існують значні перешкоди для формування корпоративної культури підприємства. Результати дослідження показують, що основною проблемою є досягнення фінансової стабільності – 13,5%; покращення іміджу організації – 12,4%; нормативно-правова база займає третє місце – 10%; матеріально-технічне забезпечення вважається найменш впливовою проблемою і займає лише – 4,5%.

Ситуація, яка спостерігається, може бути охарактеризована як соціальна необізнаність менеджерів вищої ланки керівництва підприємства, однак, не слід ігнорувати той факт, що також спостерігається деяке похвалення в даному напрямку. Переважання позитивних оцінок є результат активної пропагандистської і економічної роботи, що ведеться економістами, політиками, ученими і направленими на оздоровлення ситуації в країні.

В перспективі українським підприємствам належить усвідомити той факт, що інтереси організації тісно пов'язані з добробутом суспільства, невід'ємною частиною якого є бізнес. Отже, для виведення галузі з кризи основну роль повинна взяти на себе держава, а саме: розробити і втілити в життя комплекс економічних заходів щодо забезпечення ефективного функціонування підприємств. За рахунок цих стимулів можна вирішити проблему забезпечення громадян житлом. В першу чергу, надати соціальне житло тим громадянам, які безпосередньо його потребують, що відповідно відображено у державних програмах. Не треба забувати про те, що у даний період часу будівельний сектор має велику кількість незавершеного будівництва (майже 70 % з них знаходяться на кінцевій стадії будівництва).

Майбутнє соціально відповідальних програм в Україні залежить від важливості соціальних питань для підприємств. Бажано використовувати досвід іноземних підприємств та міжнародних програм, проте необхідно враховувати українські традиції з метою підвищення ефективності програм, систем і процесів всередині компанії. Але прагнення до впровадження КСВ треба проводити за підтримки держави яка, у свою чергу, мала б виступати в ролі координатора та коригувати програми КСВ з урахуванням найбільш гострих питань. Ефективне

проведення сумісних соціальних проектів може проводитися тільки за умови регулярного обміну інформацією і розуміння підприємствами та державою тієї користі, яку вони можуть один одному принести [181].

Усвідомлення того, що сталий розвиток підприємства цілком залежить від відношення суспільства та підтримки з боку держави, надає можливість раціонального планування з метою реалізації соціальних програм, за допомогою яких можна подолати складні громадські протиріччя. Тому поліпшення суспільного добробуту, у першу чергу, повинно цікавити підприємство.

3.3. Реалізація принципів соціальної відповідальності в корпоративному секторі України засобами моделювання

В ході проведення дослідження було встановлено, що корпоративний сектор повинен розглядатися як частина соціальної структури суспільства, перед яким він несе відповідальність. Це означає, що бізнес спроможений встановлювати свої цілі шляхом того, що збалансувало суперечливих запитів всіх стейкхолдерів. Погляд на організацію як на відкриту систему доводить, що багато соціальних проблем можливо вирішити при перевлаштуванні основних соціальних інститутів і при взаємодії заінтересованих сторін в системі.

Саме так, з позицій моралі і етики, трактується корпоративна соціальна відповідальність в рамках Глобального Договору ООН, який підписано у 2000 р. В його основі лежать наступні базові принципи:

- надання споживачам товарів і послуг високої якості;
- забезпечення безпеки праці, виплата заробітної плати у відповідності з законодавством, інвестування в розвиток людського потенціалу;
- дотримання законодавства (податкового, трудового, про охорону здоров'я, природоохоронного і т.п.);
- увага до суспільних інтересів і загальноприйнятих цінностей;
- внесок в розвиток цивільного суспільства через партнерські програми і

інвестування в регіональні проекти.

Програма Розвитку ООН (ПРООН) об'єднує міжнародні організації і компанії з різних країн світу, які активно просувають дані принципи. Вона не ставить своїм завданням контроль їх діяльності і методів управління, проте вимагає публічної звітності і заінтересованості в організації конкретних програм, направлених на реалізацію принципів екологічної і соціальної відповідальності. З цього виходить, що ПРООН можна розглядати як платформу для діалогу і сумісних дій. Всіх учасників даної програми об'єднує визнання важливості корпоративної соціальної відповідальності: прагнення до відповідального рішення проблем розвитку, причому не тільки на глобальному, але і локальному рівні.

Соціально відповідальний підхід до ведення бізнесу означає, що соціальна відповідальність повністю інтегрована в систему ухвалення компанією стратегічних рішень: компанія веде бізнес, ґрунтуючись на відповідальному підході до навколишнього середовища, стейкхолдерів і на діловій етиці. Саме дана форма корпоративної соціальної відповідальності представлена системою економічних, екологічних і соціальних показників стійкого розвитку компанії, і найбільшою мірою відображає її моральні пріоритети. На жаль, саме ця форма найменше практикується в Україні, тому що небагато компаній досягають подібного рівня розвитку.

Але для того, щоб більш обґрунтовано і вивержено підійти до обґрунтування ефективної стратегії забезпечення рівня корпоративної і соціальної відповідальності для підприємств, звернемось до процедури математичного моделювання як такого підходу, що дозволяє отримати експериментальні результати і буде покладено в основу подальших досліджень.

Відповідно до сучасних вимог і умом застосування економіко-математичних моделей [178] як засобу отримання інформації про процес або економічну систему, що досліджується, перед тим як запропонувати модель інструменту аналізу поведінки системи необхідно висунути наукову гіпотезу, перевірку якої і буде виконувати математична модель. В основних завданнях даної роботи висувається гіпотеза, за допомогою якої на основі системно-динамічного підходу

можна в динаміці визначити, як саме на значення узагальнюючого показника рівня КСВ (корпоративної і соціальної відповідальності) впливають чинники, що складають систему індексів і оцінок впливу, та чи можна такий вплив вважати значеним або стійким. Тобто, перед нами постає задача: отримати прогностні значення узагальнюючої характеристики, визначити рівень стійкості отриманих оцінок за умови взаємопов'язаності та взаємообумовленості впливу показників один на одного. Для цього більш доречним можна вважати запропонований Дж. Форестером у [178] системно-динамічний підхід, як складова імітаційного моделювання дозволяє отримати прогностні оцінки в умовах відсутності повної і відповідної статистичної інформації, та завдяки експериментам дослідити умови рівноваги або стійкості отриманих прогностних оцінок.

В попередній частині роботи нами було запропоновано методику розрахунку ефективності впровадження КСВ підприємств. Але в межах проблеми вимірювання соціального внеску компаній на основі аналізу останніх досліджень теорії соціальної відповідальності підприємств в завданнях моделювання було значно поширено представлену методику оцінки ефективності впровадження КСВ за умови збереження економічної і соціальної складових, що перетворились на систему соціальних та економічних індексів.

Створення відповідної системи спирається на попередню процедуру попарного порівняння показників впливу і в умовах обмеженості обсягу роботи не наведена. Але проведені попарні порівняння показників, що нами виконано, дозволили з багатьох впливів на рівень КСВ виділити той, що у динаміці дійсно буде впливати сильніше. Тому запропонована система показників вважається такою, що дійсно у часовому просторі може вказати як саме, ефективно чи ні, будуть здійснюватися заходи щодо впровадження КСВ. Наведені індекси утворили інформаційну базу моделювання, що за необхідності відповідали системно-динамічному підходу, і може вважатися діаграмою причинно-наслідкових зв'язків, встановлення яких складає перший етап процедури системно-динамічного моделювання [196]. (Додаток К).

Таким чином, запропонована система індексів (01-12), що більш докладніше

обґрунтована нижче (табл. 3.6) для оцінки впливу на економічну складову та в таблиці 3.17, що запропонована в межах оцінки впливу соціальної складової, дозволить врахувати ці складові під час проведення експериментів. А також, що дуже важливо, оцінити в кількісному розмірі інтенсивність впливу цих складових, що охоплюють систему індексів на інтегральний рівень КСВ, завдяки чому стане можливим визначити порядок та принципи впровадження державних заходів зі збільшення прибутковості соціальних інвестицій в будівельну галузь.

Таблиця 3.6 – Інтерпретація економічних показників

Показник	Інтерпретація
Індекс 03	скільки м ² знов побудованого житла доводиться на 1 м ² , що існує
Індекс 04	скільки м ² існуючого житла доводиться на 1 грн. інвестицій
Індекс 05	скільки м ² існуючого житла доводиться на 1 од. підприємства
Індекс 06	скільки м ² існуючого житла доводиться на 1 особу (працівника)
Індекс 09	скільки грн. інвестицій доводиться на 1 рік, що має потребу на кінець року
Індекс 11	скільки працівників доводиться на 1 рік, що має потребу на кінець року

Таблиця 3.7 – Інтерпретація соціальних показників

Показник	Інтерпретація
Індекс 01	скільки м ² існуючого житла доводиться на 1 особу, яка потребує житла
Індекс 02	скільки м ² існуючого житла доводиться на 1 особу, яка отримала житло
Індекс 07	% задоволення тих, що потребують житла (скільки осіб, які отримали житло, доводиться на 1 особу, і що мають потребу)
Індекс 08	скільки м ² знов побудованого житла доводиться на 1 особу, яка потребує житла на кінець року
Індекс 10	скільки будівельних підприємств доводиться на 1 особу, яка потребує житла на кінець року
Індекс 12	скільки м ² знов побудованого житла доводиться на 1 особу, яка отримала житло

Системна динаміка, що в подальшому буде покладена в теоретичну базу моделювання, являє собою один з напрямів системного підходу в управлінні. «У системному підході підкреслюється, що керівники повинні розглядати організацію як сукупність взаємопов'язаних елементів, таких як люди, структура, завдання й технологія, і які орієнтовані на досягнення різних цілей в умовах мінливого зовнішнього середовища. На думку фахівців, в галузі управління початковий недолік підходів різних шкіл до управління полягає в тому, що вони зосереджують увагу тільки на якомусь одному важливому елементі, а не розглядають

ефективність управління як результуючу від багатьох різних факторів» [102, с.179]. Застосування теорії систем до управління та кібернетики як науки управління складними системами, в тому числі й економічними, значно полегшило для керівників завдання побачити організацію в єдності її частин, які нерозривно переплітаються із зовнішнім світом. Ця теорія допомогла пов'язати напрямки різних економічних вчень, які чинили вагомий вплив на розробку стратегій підприємства у різні періоди часу. У відповідності до цілей роботи, можливість одночасного поєднання оцінок економічного вкладу і соціального впливу на зміну рівня КСВ дозволяє створити відповідний теоретичний базис моделі та розвинути його у термінах системно-динамічного підходу до системи незалежних (темпи), залежних (рівні) змінних, а також представити відповідні математичні рівняння, що досконало описують процес моделювання інтегрального рівня КСВ (Додаток Л).

Для більш зручнішого сприйняття процедури моделювання представимо розширену блок-схему основних елементів моделі та надамо інтерпретацію результатів. Але доцільно також зауважити, що відповідно до основних гіпотез моделі керівники компаній повинні прагнути до управління циклами зростання компанії, тобто керувати ростом організації на базі ефектів позитивного зворотного зв'язку. Найбільший ефект досягається, коли управлінцям вдається створити ефективну комбінацію акселераторів зростання (позитивних петель зворотного зв'язку), робота яких в подальшому дозволить отримати відчутну синергію. Так для сильного циклу зростання необхідно створити комбінацію з декількох петель позитивного зворотного зв'язку. Оскільки кожна петля позитивного зворотного зв'язку за своєю природою є такою, що самопосилюється, об'єднані петлі багаторазово підсилюють дію одна одної. Синергетична дія петель зворотного зв'язку може призвести до виникнення вже розглянутих вище ефектів залежності від попередньої траєкторії розвитку та блокування. Стратегії агресивного зростання багато в чому ґрунтуються на експлуатації акселераторів росту і переваги першопрохідника. Незважаючи на те, що з точки зору ринку та механізму вільної конкуренції ефекти зростаючої віддачі приносять швидше за

шкоду, ніж користь (оскільки сприяють появі монополій з усіма можливими економічними наслідками), з точки зору управлінців «замикання» користувачів на використання товарів/послуг/технологій їх компаній представляється надзвичайно привабливим. Компанії, які змогли задіяти кілька акселераторів зростання, отримують значну конкурентну перевагу і можуть протягом багатьох років успішно зберігати лідерство на ринку.

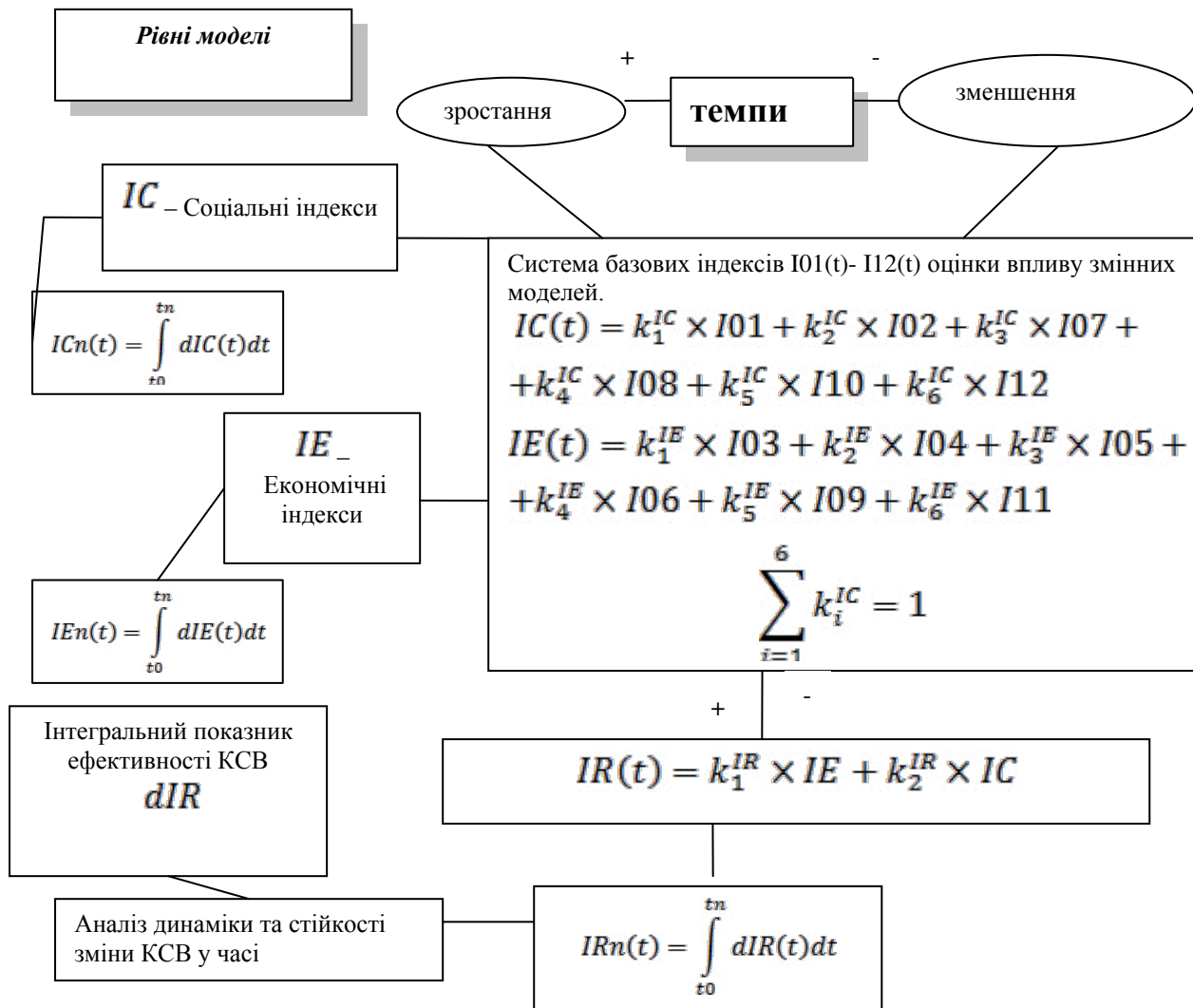


Рисунок 3.8 – Блок-схема основних елементів системно-динамічної моделі оцінки рівня КСВ

В якості основних структурних блоків моделі сформовано блок оцінки динаміки показників, що входять до системи запропонованих індексів, які розраховуються у наступному розрахунковому блоці. За умови нормування

значень у блоці розрахунку інтегральних показників визначається узагальнене значення показника рівня КСВ, аналіз якого у динаміці вказує на можливість збільшення або зменшення рівня ефективності впровадження КСВ.

Розглянемо прикладний рівень підготовки даних і формування незалежних параметрів моделі, ініціалізацію незалежних змінних моделі.

Розроблена діаграма моделі є оболонкою, що дозволяє відтворювати процедуру моделювання за вказаними показниками, але моделювання завжди спирається на реальні дані і статистичну інформацію щодо процесів і явищ, які моделюються. У нашому випадку основною інформацією, яку використано в ході системно-динамічного моделювання, були статистичні показники таблиць, що наведено вище, а саме: таблиця 1.3, рисунок 1.3, а також основні кількісні параметри таблиць 2.4-2.7. Використання цих даних дало змогу ввести оцінки цих показників, а саме: ініціалізувати рівень незалежних змінних моделі, як це показано в таблиці нижче.

Таблиця 3.8 – Статистичні дані для ініціалізації незалежних параметрів моделі

Весь житловий фонд загальної площі, млн. м ²		Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, тис.		Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць		Введення в експлуатацію житла (тис. м ² загальної площі)	
1999	32,3	1999	76,4	1999	2218		
2000	32,7	2000	74,4	2000	1596		
2001	33,2	2001	71,3	2001	851		
2002	33,4	2002	65,6	2002	1136		
2003	33,6	2003	48,7	2003	802		
2004	33,7	2004	43,8	2004	870	2004	6432,9
2005	33,8	2005	41,5	2005	608	2005	7566
2006	33,7	2006	35,5	2006	264	2006	7815,9
2007	33,8	2007	33,6	2007	352	2007	8628,4
2008	34,1	2008	30	2008	560	2008	10243,7
2009	34,3	2009	29,5	2009	530	2009	10495,6
2010	34,03	2010	28,5	2010	178	2010	6399,6
2011	34,03	2011	28,3	2011	335	2011	9339,3
2012	34,13	2012	27,1	2012	144	2012	9410,4

Використання поданої статистичної інформації в ході статистичної обробки

даних дозволило отримати наступні залежності та регресійні рівняння, як це показано на рисунках Додатка М.

Таблиця 3.9 – Статистичні дані для ініціалізації незалежних параметрів моделі

Інвестиції в основний капітал в фактичних цінах, млн.грн.		Кількість підприємств, одиниці		Середньооблікова чисельність працівників, тис. осіб	
2005	581,6	2005	383	2005	8,6
2006	966,9	2006	441	2006	7,7
2007	2408,4	2007	478	2007	8
2008	2046,4	2008	515	2008	9,1
2009	3303,6	2009	543	2009	10,2
2010	4236,2	2010	594	2010	10
2011	5128,2	2011	673	2011	10,2
2012	3040,4	2012	584	2012	9,3

У таблиці нижче наведені коефіцієнти регресійних рівнянь, значення яких включено до відповідних змінних системно-динамічної моделі, завдяки чому у наступних періодах моделювання обов'язково враховується динаміка з урахуванням функціональних статистичних залежностей попередніх історичних періодів.

Таблиця 3.10 – Розраховані значення коефіцієнтів рівнянь регресії

	Вимірювання	Коефіцієнт1	Коефіцієнт2
	1	2	3
01. Весь житловий фонд загальної площі M^2	M^2	-191186158,52046900	112282,69484808
02. Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року	одиниць	7928787,31836147	-3937,38441215
03. Кількість сімей та однаків, які взяли житло протягом року	одиниць	222453,80634082	-110,73130779
04. Введення в експлуатацію житла	M^2	-535566213,88890900	271075,00000001
05. Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах	грн.	- 106589999999,97000 000	532841666,66665100
06. Кількість підприємств	одиниць	-69737,75000000	35,03571429

07. Середньооблікова чисельність працівників	осіб	-575799,99999999	291,66666667
---	------	------------------	--------------

На основі розрахованих коефіцієнтів регресії були проініціалізовані незалежні змінні моделі відповідно до рівней і темпів.

Таблиця 3.11 – Ініціалізація модельованих змінних

№ п/п	Ініціалізація рівнів: Коефіцієнт 1 + Коефіцієнт 2 початок модельованого періоду (2012)	Ініціалізація темпів: Коефіцієнт 2
1.	32817817,7	112282,6948
2.	73705,41612	-3937,384412
3.	1544,847292	-110,7313078
4.	5228411,111	271075
5.	-2880875000	532841666,7
6.	158,5	35,03571429
7.	6075	291,6666667

Це дозволило сформувавши зведену таблицю незалежних змінних системно-динамічної моделі визначення інтегрального рівня показника корпоративної і соціальної відповідальності.

Таблиця 3.12 – Значення незалежних змінних моделі

№	Позначення	Зміна	Назва/опис	Значення
1	2	3	4	5
Темпи				
1.	dJF	м ² /рік	01_1 Змінення житлового фонду	112282,6948
2.	dKO	одиниць /рік	02_2 Змінення кількості сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року	-3937,384412
3.	dOK	одиниць /рік	03_3 Змінення кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року	-110,7313078
4.	dNJ	м ² /рік	04_4 Змінення введенного в експлуатацію житла	271075
5.	dIN	грн./рік	05_5 Змінення інвестицій в основний капітал в фактичних цінах	532841666,7
6.	dSP	одиниць /рік	06_6 Змінення кількості підприємств	35,03571429
7.	dCR	осіб/рік	07_7 Змінення середньооблікової чисельності працівників	291,6666667
Початкові значення рівнів				
8.	JF ₀	м ²	01 Весь житловий фонд загальної площі	32817817,7
9.	KO ₀	одиниць	02 Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року	73705,41612
10.	OK ₀	одиниць	03 Кількість сімей та однаків, які	1544,847292

.			одержали житло протягом року	
---	--	--	------------------------------	--

Продовження таблиці 3.12

1	2	3	4	5
11.	NJ_0	m^2	04 Введення в експлуатацію житла	5228411,111
12.	IN_0	грн.	05 Інвестиції в основний капітал в фактичних цінах	-2880875000
13.	SP_0	одиниць	06 Кількість підприємств	158,5
14.	CR_0	осіб.	07 Середньооблікова чисельність працівників	6075
Керуючі змінні				
15.	UPR	логічна	Забезпечення державаю необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій	

Таким чином, можна перейти до експериментальної частини роботи, в ході якої буде остаточно з'ясовано, які параметри впливають на зміну рівня КСВ та на що будуть спрямовані заходи, і які керуючі впливи будуть змінювати стан системи.

Відповідно до сформованої в термінах системо-динамічного підходу та запропонованої структури моделювання (рисунок 3.8) буде отримано чисельні результати моделювання, а саме: динаміку зміни показників, що впливають на встановлення значень соціальних та економічних індексів, а також диференційні та інтеграційні значення зведених індексів, значення яких дозволить у подальшому визначити та оцінити можливості підвищення ефективності впровадження КСВ (Додаток Н).

Формування межі невід'ємних значень відповідно функціональним регресійним залежностям, отриманим вище на основі статистичної інформації, обумовлено як обмеження значень основних показників тому, що динаміка цих параметрів, що перетне нульову межу, спричинить негативний вплив на узагальнюючі оцінки, а цього допустити не можна.

Програмою PowerSim 7.0 також передбачена можливість отримання модельних результатів для декількох умов розвитку подій. Тому, відповідно до завдань роботи буде розглянуто два випадки 1 і 2, що визначені перемикачем та блоком, що наведений нижче (додаток Н, рисунок Н.6), щоб можна було на основі отриманих відхилень результатів 1 та 2 сценарію запропонувати заходи, які

сприятимуть значному покращенню загального рівня ефективності КСВ.

Таким чином, сценарний підхід дозволяє на основі експериментів з моделлю з'ясувати характер чутливості процесів управління КСВ при недостатньому держрегулюванні даних процесів і показує, в якому пропорційному співвідношенні змінюється рівень КСВ за умови реалізації державних заходів і рішень.

Забезпечення державаю необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

☒
Відсутність забезпечення державаю необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

☐
Наявність забезпечення державаю необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

Рисунок 3.9 – Блок управління моделлю

Таблиця 3.13 – Рекомендовані заходи

№ п/п	Рекомендовані заходи	%
1.	01_1 Змінення житлового фонду	+15%
2.	03_3 Змінення кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року	+15%
3.	04_4 Змінення введенного в експлуатацію житла	+25%
4.	06_6 Змінення кількості підприємств	+05%

Результат впливу перемикачів, тобто результат управління:

Таблиця 3.27 – Порівняння показників після впровадження рекомендованих заходів

	Вихідні, бали	Отримані, бали	Приріст, %
Інтегральний показник КСВ	76,08	95,89	26
Економічні індекси	85,64	92,49	8
Соціальні індекси	66,51	99,29	49

В процесі моделювання отримуємо показник, який характеризує ступінь зміни інтегрального, диференціального, відносного і базисного рівня сформованості системи.

Тривалий час у свідомості громадськості існувало уявлення, що соціальна відповідальність підприємств виражається виключно у витратах на доброчинність та меценатство. Заможні громадяни витрачали гроші на свій власний розсуд, відштовхуючись від особистих уподобань з прагненням продемонструвати свою

щедрість серед певних кіл. Однак, дана діяльність проводилась досить обережно, головне було не привернути увагу з боку контролюючих органів держави. Тому така діяльність мала певну спрямованість. На сьогодні меценатство виступає лише як один з багатьох проявів соціальної ініціативи підприємства.

В даний час в Україні продовжується формування демократичного ладу, і перехід до європейських стандартів та традицій ведення бізнесу тільки набирає оберти. Слід зазначити, що країна розвивається у напрямку становлення ринкової економіки, а це тягне за собою низку перетворень. У першу чергу, зміни направлені на трансформацію громадської думки, а саме: відношення рядового громадянина до ролі бізнесу у подоланні соціальних проблем. Опираючись на отримані результати дослідження, необхідно відмітити, що існує пряма залежність від сталого розвитку підприємства та ефективності застосувань принципів соціальної відповідальності. Західні компанії мають цінний досвід у вирішенні протиріч між прагненням бути соціально відповідальними та раціональним бажанням до збільшення прибутку. Слід перейняти цей унікальний досвід для подолання соціальної напруженості і досягнення комерційних результатів. Сучасне суспільство перейшло у нову стадію здійснення двостороннього діалогу, який приймає цивілізовані форми. Бізнес усвідомив, що настав час змінити доктрину ведення ділової гри та відмовитися від принципу «безконтрольного накопичення капіталу». Люди з крупного і середнього бізнесу були згодні в тому, що приходить формування серйознішого образу ділової людини.

Проведені дисертаційні дослідження показують прямий зв'язок між якістю політики соціальної відповідальності компанії і поліпшенням її фінансових показників.

Основні вигоди, які отримують соціально відповідальні компанії. До таких вигод відносять:

- поліпшення фінансових показників;
- скорочення операційних витрат;
- поліпшення іміджу і репутації;
- підвищення продажу і лояльності споживачів;

- зниження плинності кадрів, підвищення лояльності персоналу, підвищення мотивації співробітників;
- скорочення тиску з боку контролюючих органів;
- доступ до капіталу.

Завдяки грамотній розробці соціальних стратегій підприємство має можливість заволодіти лояльністю громадськості та інших стейкхолдерів. Організації, які активно використовують соціальні принципи, збільшують свій прибуток завдяки зросту довіри до своєї діяльності. Але позитивні сторони не обмежуються лише поліпшенням фінансового стану, оскільки він тягне за собою цілу низку супровідних ефектів. Соціальна діяльність поліпшує міжрівневі комунікації та зменшує плинність кадрів, що у свою чергу, спонукає до зменшення витрат на підвищення кваліфікації робітників. Також, поліпшення іміджу підприємства надає змогу залучати спеціалістів високого рівня, оскільки їх приваблює не тільки заробітна плата, а й ті можливості, які надає підприємство для особистого розвитку. Завдяки такому симбіотичному тандему спеціаліст та підприємство зацікавлені у розвитку довгострокових відносин націлених на підвищення престижу та репутації кожного стейкхолдера. Дотримання принципам соціально відповідального підприємства підвищує інвестиційну привабливість бізнесу, так індекс відображення стану економічної активності Dow Jones (індекс групової стійкості компаній) включає стандарти корпоративного управління який вимірюється, в тому числі, в тому числі і ступенем соціальної залученості.

З вищевикладеного можна відмітити, що спрямованість на реалізацію соціальних програм має вплив на благополучність підприємств. Сучасна бізнес-спільнота тільки починає помічати цей зв'язок, але вже сьогодні спостерігається сталий розвиток, який говорить про збільшення ролі соціальних програм у формуванні сучасних стратегій підприємства. Можна заявити, що організації з орієнтацією на надання соціальних послуг вже сьогодні мають суттєву перевагу на ринку у порівнянні з традиційними підходами до бізнесу. Така перевага особливо активно буде спостерігатися у секторі послуг та товарів повсякденного споживання. В меншій ступіні у компаніях, які задіяні в галузі видобутку

природних ресурсів. При цьому, підприємства виступають як невід'ємна частина суспільства, а це означає, що ігнорування соціальних проблем роблять організацію уразливою. Рейтинг привабливості в даних підприємств у розвинених країнах дуже низький і вони класифікуються як підприємства з підвищеним ризиком.

В даний час, організації повинні приділяти увагу не тільки тому, що покращує роботу підприємств, але і одночасно проектуванню свого майбутнього. Такий двоєдиний процес дозволяє компанії адаптуватися до змін зовнішнього середовища ще до розвитку кризи і забезпечувати безперервність її ефективного функціонування.

Головні риси цивілізованого підприємця – це усвідомлення творчої місії підприємництва, цивільних зобов'язань і соціальної відповідальності. В умовах вільного ринку прибуток – це нагорода, яку суспільство вручає тим, хто служить його інтересам. Такий образ мислення цивілізованого підприємця.

Соціальна відповідальність підприємств багатогранна: відповідальність перед суспільством, споживачами, власним персоналом. Головною характеристикою, яка свідчить про застосування соціальних програм, є принцип добровільності, а саме: використання частини прибутку підприємства на громадськість. В розвинених країнах спонсорство, добродійність та меценатство поширені дуже широко. Підприємства тому охоче беруть участь в добродійній діяльності, що без цього сьогодні неможливо завоювати і зберегти добре ім'я на ринку.

Серйозною представляється проблема відповідальності підприємств перед суспільством за збереження навколишнього природного середовища, нинішній стан якого вже став загрожувати виживанню людства. В даний час ставиться завдання консолідації корпоративних зусиль в руслі сучасної концепції стійкого розвитку суспільства, яке розглядається не як стан, а як збалансований за багатьма параметрами процес в рамках тріади «економіка – природа – суспільство».

В процесі переходу цивілізації до стійкого розвитку нинішнє переважання корпоративних інтересів все більшою мірою поступатиметься інтересам всього суспільства. В основі всієї системи відносин «виробник – споживач» лежить

соціальна відповідальність підприємств перед споживачами. Сучасні підприємства зосереджують свої зусилля на менеджменті відносин із споживачами, які будуються на принципах «переверненої піраміди»: керівництво виявляється внизу, а покупці вгорі, тим самим демонструються пріоритети і цілі компанії. В організації, орієнтованій на продаж, покупець вважається першою і головною особою, що діє.

Прояв соціальної відповідальності компаній перед своїм персоналом виражається в різних формах. Але якими б не були форми, суть їх одна: вони направлені на інтеграцію внутрішніх процесів організації для вирішення завдань, що стоять перед нею. Освічені підприємства прославляють роль рядового працівника. Пошана людської гідності, делегування функцій і відповідальності, збагачення функціонального змісту праці, підвищення якості трудового життя, формування робочих команд – все це направлено на вирішення проблеми внутрішньої інтеграції, яка визначає здібність організації до адаптації в умовах змінного зовнішнього середовища.

Більшість фахівців з проблем соціальної відповідальності підприємств сходяться на тому, що корпоративне громадянство має принаймні чотири аспекти: економічний, правовий, етичний, філантропічний. Як приватний громадянин виконує свої громадянські обов'язки і несе за це відповідальність, так і це в рівній мірі відноситься до організації як корпоративного громадянина. Отже, підприємства зобов'язані:

- бути прибутковими (нести економічну відповідальність);
- бути законопослушними (нести правову відповідальність);
- характеризуватися етичною поведінкою (нести етичну відповідальність);
- повертати частину заробленої додаткової вартості суспільству (нести відповідальність у вирішенні соціальних проблем).

Розглянута концепція соціальної відповідальності дає бізнесу реалістичнішу основу для ухвалення рішень щодо соціальної відповідальності, зміщуючи центр від абстрактних розмов до конкретних дій. Але дана концепція не указує шлях

ефективного управління конфліктом в системі цінностей, не дає відповіді на питання про те, як вирішувати спори, що представляють різні бачення світу. Це питання пов'язане з етикою бізнесу.

Для будь-якої бізнес-структури є ефективність бізнесу. У такій ситуації тема соціальних програм дуже актуальна, оскільки механізм запровадження соціальної відповідальності збільшує ефективність підприємства.

Слід зазначити, що дуже часто великі підприємства більше турбуються про прибутки, аніж про людський фактор. Громадськість не завжди встигне вчасно зреагувати на порушення домовленостей чи інвестиційних і соціальних обіцянок підприємця. Тут своє слово має сказати влада, якій належить бути арбітром і тримати руку на пульсі усіх коливань, що відбуваються у бізнес-середовищі. В іншому випадку, якщо держава активно втручатиметься у бізнесову діяльність, прийматиме антикризові заходи без обговорення та нав'язуватиме рішення згори, замість плекати їх знизу – отримаємо ситуацію, коли підприємці не матимуть іншого виходу, окрім закриття власної справи та звільнення працівників. Держава недоотримає надходження до бюджету та опиниться перед високим рівнем безробіття, а працівники і громадськість опиняться взагалі поза можливостями впливу на ситуацію та кардинальної її зміни. Подальший розвиток таких подій важко передбачити, бо він веде до девальвації довіри і бізнесу, громади до влади, а це, у свою чергу, позбавляє владу упевненості у стабільності соціально-економічної ситуації.

Сучасні реалії свідчать, що перехід до ринкової економіки обов'язково повинен супроводжуватися розвитком соціального партнерства та суспільства, бізнесу та влади. У цьому напрямку зробили певні кроки, це посприяло розвитку бізнес - структур, було прикладено багато зусиль для формування і еволюції, створенню бізнес - еліти, що значно вплинуло на різні аспекти соціально - економічного, політико - правового і духовно - культурного життя суспільства.

Проте, останнім часом ефективному соціальному партнерству громадянського суспільства, влади та бізнесу заважають ряд факторів, явищ і чинників, які голосно заявляють про себе. Це проявляється в даний час в умовах економічної та

фінансової кризи, яка посилюється в Україні політичними конфліктами і відвертим протистоянням бізнес-інтересів.

Витрачаючи на соціальні і добродійні програми, підприємство зменшує поточний прибуток, задає сприятливе соціальне середовище для стійкого прибутку в майбутньому. Але на сьогодні розвиток приватного сектора обмежений нестачею коштів, а відсутністю необхідної підтримки з боку держави тільки погіршує дане становище. Існуючі програми з розвитку приватного бізнесу малоефективні, оскільки не відповідають вимогам ринкової економіки. Нераціональний розподіл фінансових ресурсів та високі кредитні ставки унеможливають отримання необхідних коштів для підприємців. Спостерігається конфлікт інтересів між підприємницьким сектором та банківським, і все це відбувається з повного ігнорування проблем державою. В умовах, коли потрібно знижувати відсоткову ставку, банківські установи навпаки її підіймають, обкладаючи підприємців прихованими платежами за користування кредитними засобами. Це призводить до стримання розвитку приватного бізнесу, оскільки підприємства не мають змоги залучати допоміжні кошти. Враховуючи те, що спостерігається великий дефіцит фінансових ресурсів, керівники підприємств розглядають соціальні програми як вторинні, вважаючи за краще направляти все можливі ресурси на потреби виробництва.

Можливо зробити висновок про концептуальні положення, наскільки інформативно вони відтворюють послідовну зміну станів або явищ у суспільстві. Як вже неодноразово відзначалось у даному дослідженні, соціальні програми втілюють у себе відповідні очікування громадськості від керівництва підприємств.

Громадськість впливає на розвиток взаємодії між організацією та органами влади, що виражається в пошуку загальних інтересів, оскільки керівні органи компанії усвідомлюють те, що організація є частиною спільноти: вступає в дію унікальний механізм реалізації соціальної програми, націленої на реформування взаємовідносин між стейкхолдерами.

У виробленні та реалізації державної політики головною ознакою останнього часу була незначна участь громадськості. Цьому сприяла причина

небажання органів влади та місцевого самоврядування залучати населення до обговорення проектів рішень. Ця проблема може бути вичерпана шляхом опитування представників громадськості для визначення найбільш важливих питань та залучення активу суспільства для контролю з їх реалізації. Завдяки такому діалогу можливо досягнути порозуміння та взаємодії між органами влади, підприємствами і представниками громадськості. Проводячи постійний моніторинг стану реалізації соціальних програм, створюємо наявність умов, сприятливих для зменшення відмінностей у законодавстві та роботою державних представників.

Розвиток КСВ в Україні характеризується трьома етапами:

1. 90-ті рр. – реструктуризація соціальної інфраструктури компаній в ході приватизації, відродження традицій дореволюційної доброчесності і меценатства. Поява неконтрольованої філантропії стала початковим кроком до становлення соціальних програм підприємств в Україні. Одним із основних чинників для ухвалення рішень про надання допомоги був емоційний. Паралельно в країні процвітала «філантропія по-радянському», заснована на радянських уявленнях, що залишилися в спадок, про соціальну допомогу і яка працює за принципом «латання дірок» в державній соціальній системі, що майже не існують.

2. На початку XXI ст. принципи фінансування переформувалися: інвестиції переважно йдуть до цілеспрямованих програм, а не на разові допомоги фізичним особам, як це було прийнято декілька десятиріч тому.

3. Головним стимулом українських компаній сьогодні є суспільне визнання. Воно допомагає компаніям у закріпленні на внутрішньому та зовнішніх ринках. На даний момент в Україні йде процес інституціоналізації корпоративної філантропії, виділення корпоративних і приватних фондів, залучення некомерційних організацій до реалізації корпоративних програм.

Абсолютно очевидно, що КСВ в Україні знаходиться в початковій стадії свого розвитку. Тому, за рідкісними виключеннями помітно нерозуміння чисто практичної цінності КСВ. За джерелами регулювання, український варіант КСВ є

сумішшю британської моделі (добровільна ініціація бізнесом) і континентальної схеми (бажання підприємств отримати від держави чіткі законодавчі рамки КСО).

На сьогодні, визначають основні соціальні завдання для організації соціального партнерства: розвиток соціальних програм, налагодження двостороннього діалогу

«Саме цей курс відстоює громадськість. В даний час, основними загальними завданнями для громадських і некомерційних організацій були налагодження соціального партнерства, введення механізмів взаємодії та ін. У комплексі це дозволить створити нову модель розподілу соціальної відповідальності між державою, суспільством, сім'єю і працедавцями» [108, с.26].

Отже, соціальні програми мають нагоду стати в даний час віддзеркаленням ділової активності підприємств, а також відображенням їх ефективності у використанні засобів. Процес створення іміджу організації цілком ґрунтується на залученні до стратегічних планів соціальної відповідальності, яка виступає орієнтиром в діяльності компанії, та служить сигналізуючим фактором сталого розвитку. Урахування інтересів стейкхолдерів виступають на першому місці для кожного успішного підприємства та надає можливість приймати стратегічні рішення без обмеження очікувань всіх заінтересованих сторін.

Дані процеси виступають в Україні як основні каталізатори запровадження змін. На сьогодні існує відповідна кількість провідних підприємств, які впроваджують соціальні програми на постійній основі та дбають про ефективність. Через відсутність єдиних стандартів з розробки соціальної звітності, спільнота і громадськість в цілому не мають можливості достатньо оперативно отримувати повну інформацію про стан соціальної відповідальності на підприємстві. Це виступає як перепона для визначення істинного кола соціальних проблем та пріоритетності у їх виконанні.

Все ж таки необхідно відмітити, що поступово ситуація буде змінюватись, та все більше підприємств почнуть впроваджувати у своїй діяльності соціальну орієнтацію. Дані процеси свідчать про зміни, які нарощуються в суспільстві та незмінно призведуть до оновлення підходів ведення бізнесу. Основною

перевагою може виступати досвід провідних іноземних компаній, які змогли подолати суперечливість між бажанням максимізувати прибуток та завоюванням свого становища у суспільстві. Для цього слід відкинути традиційні погляди, сформовані ще на початковому шляху до перехідної економіки, та залучити сучасні тенденції.

Висновки до розділу 3

1. Дослідження показало, що потенціал участі приватного сектора в рішенні соціальних задач використовується в Україні далеко не повністю. Поки що можна швидше говорити не про готовність, а про розуміння бізнесом тих додаткових переваг, які можна «придбати», піклуючись про соціальні проблеми своїх співробітників, їх сімей, клієнтів, суспільства в цілому. Щоб максимально використовувати цей потенціал, необхідно створення ряду сприятливих зовнішніх умов, включаючи ясну і недвозначну політику держави з проблем взаємодії в соціальній сфері, розвиток спеціалізованих некомерційних неурядових організацій і т.п. Іншими словами, результатами дослідження підтверджується теза про готовність бізнесу активніше брати участь у вирішенні соціальних проблем.

2. В цілому для України найпроблемнішими питаннями, що розв'язуватимуться через соціальне інвестування організацій в межах їхньої корпоративної соціальної відповідальності, є зростання зарплатні працівників, покращення умов роботи та життя, великі ціни на нерухомість, захист здоров'я працівників, переробка сміття, етичні проблеми тощо. Однак, в межах корпоративної соціальної відповідальності українські організації основні зусилля спрямовують на фінансову підтримку закладів культури, спортивні та релігійні заходи, так як такі витрати найбільш вигідні з точки зору ефекту пізнаваності – це надійно формує лояльне відношення населення.

3. В даний час спостерігається невідповідність грошових надходжень населенню та цін на житлову площу, які характеризуються надзвичайною завищеністю. Спостерігається стабільне утримання цін нерухомості, але попит

при цьому значно перевищує пропозицію на ринку. Насамперед, слід зрозуміти, що ціна нерухомості є інтегральним показником розвитку економіки в цілому. Коли говоримо про малі обсяги будівництва як фактор подорожчання житла, варто згадати про відсутність конкурентних ідей, проектів та якості, що допоможуть якомога швидше та найдешевше задовольнити підвищений попит. У такому випадку, слід зауважити, що налагодження взаємозв'язків між соціально відповідальними підприємствами допоможуть вирішити проблеми як будівельної галузі, так і суспільства в цілому.

4. Заходи, які здійснено підприємствами в останні роки в питанні впровадження КСВ, виявилися неефективними: оскільки ніхто з респондентів не зміг назвати жодної будівельної компанії, яка використовує принципи КСВ. Головне спостереження минулого року у будівельній галузі – обвальне падіння. Цей процес спостерігається як в будівельній галузі загалом, так і в сфері будівництва житла. Будівельна промисловість є ключовою галуззю економіки, але в Україні ця сфера фактично випала з поля зору суспільства.

5. Методи регуляторної політики у сучасній Україні є причиною багатьох аспектів: не ефективний механізм співпраці влади та бізнесу та обмежений вплив громадськості на рішення влади. Головною причиною мінімізації участі громадськості є небажання влади залучати громадськість до процесу обговорення проектів рішень.

6. Серед внутрішніх проблем, для вирішення яких доцільно використовувати результати дисертаційного дослідження, в першу чергу, необхідно виділити проблеми, пов'язані з функціонуванням трудового колективу, існуючою системою формальних і неформальних відносин, задоволеністю умовами праці.

ВИСНОВКИ

1. Соціально-економічні реформи, які продовжуються, мають розробити механізми соціальної орієнтації економіки. Фундаментом цих механізмів має бути конкуренція і ринок. Вони зазначають, що йде процес масивної революції у зв'язку з поширенням системи інтегрованого маркетингу. Ця система дає дозвіл вирішувати проблеми між структурами потреб і виробництва. Тим самим система підтримує соціальну спрямованість виробництва, підлеглість його задоволенню потреб населення.

2. При дослідженні формування сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності, визначено соціальну відповідальність підприємств як обов'язок бізнесменів ухвалювати ті рішення і слідувати тим напрямам діяльності, які бажані з погляду цілей і цінностей суспільства. Дане формулювання визначає ситуацію, згідно якої бізнес, крім дотримання законів і виробництва якісного продукту, а також виконання різних законних дій відповідно до цілей організації, добровільно бере на себе додаткові зобов'язання перед суспільством, вносить значний внесок до поліпшення якості життя людей. Багато підприємств розуміють, що соціальна діяльність надасть їм значно більше переваг в регіонах і, відповідно до цього, розглядають її вже як невід'ємну частину основної виробничої діяльності, важливу частину бізнес-стратегії, іноді навіть більшу, ніж будь-який інший аспект менеджменту. Представники сучасних крупних підприємств намагаються встановлювати гармонійні відносини із суспільством і піклуватися про свою репутацію та імідж. Першорядним для компаній є правильне позиціонування себе в очах населення і держави; створення іміджу соціально відповідальної, такої, що піклується про населення, екологію і навколишній світ компанії.

3. На основі досліджень загальних підходів до корпоративної соціальної відповідальності та дослідження соціальних орієнтирів діяльності підприємств узагальнено значення корпоративної соціальної відповідальності в економічному механізмі діяльності підприємств через функції, які вони

виконують:

- створення нових робочих місць та підвищення привабливості вже існуючих. Соціальний пакет і виплата заробітної плати з відмовою від «конвертів»;
- надання послуг та виробництво товарів, які характеризуються підвищеною якістю, доступністю і надійністю;
- відмова від тіньових схем ведення економічної діяльності та виплата податків у повному обсязі згідно Закону України;
- запозичення фінансових надходжень і своєчасна виплата відсотків на отриманий кредит, залучення міжнародних інвесторів та кредиторів;
- дотримання чесної конкурентної боротьби і побудова відкритого діалогу з контрагентами;
- піклування про навколишнє середовище та розробка екологічних стратегій з метою уникнення негативних наслідків своєї діяльності у майбутньому;
- встановлення двосторонніх комунікацій з представниками громадськості і підтримка соціальних програм.

Перераховані функції притаманні у тій чи іншій мірі підприємствам будівельної галузі. Це говорить про те, що соціальна спрямованість підприємства втілена у стратегію розвитку та формує певні вимоги до ведення ділової практики. На перше місце в організації виносяться рішення соціальних проблем, досягнення сталого розвитку, дотримання Законів України, формування корпоративної культури та етики у взаємовідносинах з діловими партнерами.

Вітчизняні підприємства, з одного боку, прагнуть до вироблення індивідуальних і загальних підходів до соціальної відповідальності, впровадження в практику міжнародних принципів прозорості, екологічної безпеки, трудових відносин, підтримки суспільства. З іншого боку, багато вітчизняних підприємств вимушені утримувати соціальні установи, що розвалюються, і зберігати велику кількість «радянських» пільг для персоналу.

Пропонується розробка нових економічних теорій до проблеми соціальних програм, які орієнтуються на стандартах соціальної відповідальності підприємств. В той же час, запроваджуються нові підходи до здійснення соціальної політики, враховуючи відмінності української економічної ситуації.

4. В процесі аналізу механізмів реалізації соціальних програм і їх фінансування в будівництві виявлено, що скорочення обсягів будівництва житла та збільшення незавершеного будівництва різко загострило житлову проблему. Вона є однією з найскладніших в усьому спектрі соціальних відносин. Є значна кількість незавершеного будівництва, яке знаходиться у стані близького до кінцевого результату, але в той же час перебуває у законсервованому положенні через брак коштів для їх здачі в експлуатацію.

Для того, щоб будівельна галузь могла вирішувати поставлені перед нею завдання, необхідна її модернізація і технологічне оновлення. Розробка і впровадження нових технологій у будівництві вимагають великих фінансових витрат. Впровадження нових технологій окупаються не скоро. Представники великого бізнесу неохоче вкладають кошти у середині країни в передові технології, що не дають швидкої вигоди, а банки видають кредити під високий відсоток. Тому держава повинна створити такі умови для бізнесу, при яких впровадження в будівельну галузь нових технологій було б економічно вигідно.

5. При дослідженні перспектив і практики реалізації соціальної відповідальності в іноземних корпоративних моделях визначено, що американська модель корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) найбільш багата своїми традиціями. Британська і континентальна системи отримали в своєму розвитку найбільший імпульс за останні 20-25 років завдяки окремим зовнішнім спонукам. Американська ж доктрина, на відміну від британської і континентальної, не піддавалася значним трансформаціям протягом останніх 100 років, плавно дрейфуючи в унісон з розвитком американського суспільства.

6. З метою більш ґрунтовного наукового дослідження в дисертаційній роботі розроблено методика проведення дослідження перспектив розвитку

соціальної відповідальності підприємств будівельної галузі. З метою проведення емпіричного дослідження впровадження соціальних програм та перспектив їх розвитку на вітчизняних підприємствах (на прикладі Дніпропетровської області) було розроблено анкету стандартизованого інтерв'ю (додаток Б). Спираючись на проведений теоретичний аналіз проблематики дослідження та особисте бачення, був сформований зміст анкети, який ураховував загальні рекомендації відповідно розробок інструментів дослідження даного типу: враховувалась пропорційність градацій у відповідях, використання закритих та відкритих питань, їх коректне та ін.

Респондентам пропонувалось дати експертну оцінку стосовно тієї чи іншої проблеми, пов'язаної з розвитком будівельної галузі і впровадженням соціальних послуг, та їх впливом на сучасну економіку. Питання розроблені з прагненням максимального розкриття думки респондента до заданих проблем (наведені питання мають 4 та більше відповідей). Така форма питань досить зручна для респондента і дозволяє залучати різноманіття методів статистичного аналізу для обробки результатів опитування.

7. При визначенні особливостей середовища та виявленні тенденцій реалізації підприємствами корпоративної соціальної відповідальності було встановлено, що потенціал участі приватного сектора в рішенні соціальних задач використовується в Україні далеко не повністю. Поки що, можливо швидше говорити не про готовність, а про розуміння бізнесом тих додаткових переваг, які б можна «придбати», піклуючись про соціальні проблеми своїх співробітників, їх сімей, клієнтів, суспільства в цілому. Щоб максимально використовувати цей потенціал – необхідне створення ряду сприятливих зовнішніх умов, включаючи ясну і недвозначну політику держави з проблем взаємодії в соціальній сфері, розвиток спеціалізованих некомерційних неурядових організацій і т. п. Іншими словами, результатами дослідження підтверджується теза про готовність бізнесу активніше брати участь у вирішенні соціальних проблем.

8. В дисертації розроблено рекомендації щодо вдосконалення механізму

реалізації соціальної відповідальності підприємств, які базуються на висновках опитування. Заходи, які здійснено компаніями в останні роки в питанні впровадження корпоративної соціальної відповідальності, виявилися неефективними, оскільки ніхто з респондентів не зміг назвати жодної будівельної компанії, яка використовує принципи КСВ. Розглядаючи питання роботи будівельної промисловості, насамперед можна з'ясували, що ця ключова галузь економіки фактично повністю випала з поля зору суспільства. Це пов'язано з тим, що лише за поточний рік у будівельній галузі загалом, в тому числі й у сфері будівництва житла, спостерігається обвальне падіння. Відзначається особливий підхід до філантропії, який базується на соціальній орієнтації, відмовляючись від традиційних стратегій розвитку підприємства. Підбиваючи підсумок про ефективність результатів соціальних програм, слід враховувати засоби, завдяки яким були досягнуті дані результати.

9. Практична частина роботи завершується пропозиціями щодо виявлення підходів до реалізації принципів соціальної відповідальності в корпоративному секторі України. Визначено, що створення ефективного механізму співпраці влади та підприємств і актуальність проблеми участі громадськості в здійсненні державної регуляторної політики зумовлено, насамперед, особливостями сучасного стану реалізації регуляторної політики та впровадження регуляторної реформи в Україні. Головною ознакою останнього часу була незначна участь громадськості у виробленні та реалізації державної політики. Здебільшого це було зумовлено небажанням органів влади і місцевого самоврядування залучати громадськість до обговорення проектів рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адам Смит. "Исследование о природе и причинах богатства народов" [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://karraba.net/issledovanie-o-prirode-i-prichinah-bogatstva-narodov.html>
2. Амоша О.І. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. -К. : НВЦ НБУВ, 2009. - 687 с.
3. Алейнікова О.В. Умови інвестування соціально–економічного розвитку підприємства // Збірник тез доповідей Міжнародної наукової конференції «Особливості соціально–економічного розвитку України та регіонів», 11 – 12 жовтня 2007 р. – С. 282.
4. Ангелин Д. Маленькие слабости больших корпораций // Бизнес. – 2005. – №1–2. – С.70–73.
5. Балюбаш В.В. Социально-экономический потенциал устойчивого развития: Учебник / В.В. Балюбаш –Сумы: ИТД «Университетская книга», 2008.– 320с.
6. Бандур С.І. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи / С.І.Бандур, В.І. Куценко та ін. За заг ред. д–ра екон. наук, проф., чл.–кор. НАН України Б.М.Данилишина. – Черкаси: Брама–України, 2006. – 760 с.
7. Берсуцький Я. Г. Формування стратегії розвитку підприємства: методичні аспекти: монографія /Я. Г. Берсуцький, Н. В. Касьянова// В.о. Донец. ун-т економіки та права– Донецьк: ДонУЕП, 2009.– 186 с.
8. Бланк И.А. Управление прибылью [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://bookfi.org/book/1480891>
9. Бьюкенен Дж. Причина правил. Конституционная политическая экономия. – СПб.: Экономическая школа, – 2005. – С. 272.
10. Верхоглядова Н.І. Аналіз фінансового стану виробничої та комерційної діяльності підприємства: Навчальний посібник /Н.І. Верхоглядова , В.П. Шило// – – К.: Кондор, 2005р. – 240 с.
11. Визначення категорії Corporate Social Responsibility. Офіційна веб-сторінка організації Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.oecd.org
12. Визначення категорії Corporate Social Responsibility. Офіційна веб-сторінка організації World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.wbcsd.org
13. Гальчинський А.С. Стратегія економічного та соціального розвитку України на 2004–2015 роки "Шляхом європейської інтеграції" / Авт. Колектив: А.С.Гальчинський, В.М.Геець та ін. –К.:ІВЦ Держкомстату України, 2004.– 416 с.
14. Гессен А.Є. Соціальні програми підприємства та вдосконалення системи послуг [Електронний ресурс] / І.Л. Сазонець, А.Є.Гессен // "Ефективна економіка" – 2014. – № 2. – Режим доступу до журн.: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3751&p=1>

15. Гессен А.Є. Актуалізація проблематики корпоративної соціальної відповідальності та ефективного здійснення соціальної політики / А.Є.Гессен // Фінансово-економічні чинники соціально- економічного розвитку країни та регіонів: тези Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (27-29 березня 2013 р.). – Дніпропетровськ: ДДФА, 2013. – С. 445-446.
16. Гессен А.Є. Анализ перспектив и практического применения моделей корпоративной социальной ответственности иностранными строительными компаниями / А.Є.Гессен // Social Educational Project of Improving Knowledge in Economics Journal L'Association 1901 "SEPIKE" – Norderstedt, Deutschland Poitiers, France, 2013. – С. 204-207.
17. Гессен А.Є. Дія механізму корпоративної соціальної відповідальності підприємств будівельної галузі / А.Є.Гессен // Фінансове забезпечення соціально-економічного розвитку суспільства: тези ВсеУкраїнської наук.-практ. інтернет-конф. аспірантів та молодих вчених (30 листопада 2012 р.). – – Дніпропетровськ: ДДФА, 2012. – С. 51-153.
18. Гессен А.Є. Ефективне функціонування підприємств шляхом підвищення соціальної активності / А.Є.Гессен // Управління соціальним-економічним розвитком країни та регіонів: соціальні, економічні та фінансові проблеми: Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. аспірантів та молодих вчених (29 листопада 2013 р.). – Дніпропетровськ: ДДФА, 2013. – С. 288-289.
19. Гессен А.Є. Історія становлення соціальної відповідальності Українського бізнесу /А.Є.Гессен// Фінансово-бюджетна політика в контексті соціально-економічного розвитку регіонів: Матеріали Міжн. наук.-практ. конференції (10-20 березня 2009 р.) – Дніпропетровськ: ДДФА, 2009. – С. 221-222.
20. Гессен А.Є. Корпоративна соціальна відповідальність у системі соціальної політики вітчизняних підприємств / А.Є.Гессен // Формування та реалізація пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку регіонів в умовах реформування системи державних фінансів: Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція (29-30 березня 2012). – Дніпропетровськ: ДДФА. – С.199-200
21. Гессен А.Є. Корпоративная социальная ответственность, как интеграция предприятий в решении социальных и экономических проблем / А.Є.Гессен // Экономические исследования XXI века: теоретические и практические аспекты научного развития: IX Международная научно-практическая конференция для студентов, аспирантов и молодых ученых (14 сентября 2013). – Санкт-Петербург. –С. 48-50
22. Гессен А.Є. Особенности общих подходов к социальной ответственности корпораций /А.Є.Гессен // Європейська інтеграція та перспективи розвитку економічного потенціалу України: II Міжнародна науково-практична конференція (30-31 жовтня 2009). – Дніпропетровськ: ДНУ ім. Олеса Гончара, ТОВ „Інновація”, 2009 р. – С. 324-325
23. Гессен А.Є. Оцінка результативності впровадження соціальної відповідальності у корпоративному секторі / А.Є.Гессен // Актуальні проблеми та шляхи забезпечення соціально- економічного розвитку країни та регіонів: тези Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції (28 березня

2014). – Дніпропетровськ: ДДФА, 2014. С.– 400–401.

24. Гессен А.Є. Принципи корпоративного управління та визначення особливостей здійснення соціальної відповідальності корпораціями / А.Є.Гессен // Збірник наукових праць «Економіка: проблеми теорії та практики». – Вип. 264. – Т.8. – Дніпропетровськ, 2010. – С.2169-2175.
25. Гессен А.Є. Проблеми реалізації корпоративної соціальної відповідальності та ефективності впровадження соціальних проектів / А.Є.Гессен // Стратегії економічного розвитку країн в умовах глобалізації: ВсеУкраїнська науково-практична конференція молодих учених та студентів (26-27 листопада 2009). – Дніпропетровськ: ДНУ ім. О. Гончара. – С. 152-153.
26. Гессен А.Є. Розробка напрямів реалізації соціальної політики в корпоративному секторі України / А.Є.Гессен // Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики: Міжнар. наук-практ.конференція (22-23 листопада 2011). – Дніпропетровськ, 2011.– С. 80 – 81
27. Гессен А.Є. Розробка рекомендацій розвитку соціальної відповідальності корпорацій в будівельній галузі / А.Є.Гессен // Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету ім. Олеся Гончара «Економіка: проблеми теорії та практики». – Вип.265.–Т.1. – Дніпропетровськ, 2010. – С.64-72.
28. Гессен А.Є. Система показників корпоративної соціальної відповідальності у сфері житлового будівництва / А.Є.Гессен, М.А. Майхер // Фінансова політика соціально-економічного розвитку регіонів України: тези XV ВсеУкраїнської науково- практичної конференції студентів аспірантів та молодих вчених (19 квітня 2012). – Дніпропетровськ: ДДФА, 2012. – С.124–126.
29. Гессен А.Є. Соціальна відповідальність як сучасний етап розвитку корпорацій / А.Є.Гессен // Проблеми розвитку сучасного суспільства: економіка, соціологія, філософія: Тези Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (20-21 травня 2010). – Дніпропетровськ: ДДФА, 2010. – С. 223 – 224.
30. Гессен А.Є. Соціальна відповідальність, та сучасний етап розвитку корпорацій / А.Є.Гессен // Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіонів України: ВсеУкраїнська науково-практична Інтернет-конференція, (20-21 травня 2010).–Дніпропетровськ:ДДФА, 2010.– С.67-68.
31. Гессен А.Є. Соціально-психологічна мотивація у місіях компаній / А.Є.Гессен // Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіонів України: ВсеУкраїнська науково-практична Інтернет-конференція , (16-26 листопада 2009). – Дніпропетровськ: ДДФА, 2009. – С. 294-295.
32. Гессен А.Є. Становлення системи корпоративної соціальної відповідальності / А.Є.Гессен // Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії. – Дніпропетровськ, 2009. – №2 (22). – С. 25-30.
33. Гессен А.Є. Теоретичні принципи міжнародних стандартів соціальної відповідальності корпорацій та перспективи їх впровадження / А.Є.Гессен // Проблеми та перспективи розвитку регіональної ринкової економіки: V Міжнародна науково-практична конференція (13-15 травня 2010). – Кременчук: ДУЕП, 2010. – С.242-243

34. Гессен А.Є. Удосконалення організаційної культури будівельних підприємств шляхом розвитку корпоративної соціальної відповідальності. / А.Є.Гессен // Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії, (Науково-теоретичний журнал «Економічні науки»). – Дніпропетровськ, 2012.– С.41-45.
35. Гессен А.Є. Упровадження КСВ як основа формування корпоративного іміджу / А.Є.Гессен // Фінансово-бюджетна політика в контексті соціально-економічного розвитку регіонів: тези Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (21-23 березня 2011). – Дніпропетровськ: ДДФА, 2011. – С.247–248.
36. Гессен А.Є. Формування іміджу корпорацій через КСВ:зарубіжний досвід / А.Є.Гессен // Вісник Дніпропетровського національного університету ім. Олеся Гончара. – Дніпропетровськ, 2011. – С.7-13. – (Серія «Світове господарство і міжнародні економічні відносини»).
37. Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000) [Електронний ресурс]: – Режим доступу: www.globalcompact.org.ua
38. Гнибіденко І.Ф. Соціальна безпека: теорія та Українська практика / За ред. І.Ф. Гнибіденко, А.М. Колота, В.В. Рогового. – К.: КНЕУ, 2006. – 292 с.
39. Гобсон Дж. А. «Империализм» / Дж. А. Гобсон. – Ленінград: Прибой, 1927. – 287 с.
40. Головкова Л.С. Концепція стратегічного управління потенціалом корпорацій в системі управління потенціалом регіону./Л.С. Головкова// Наук. Журнал. “Методи, модели, прикладные задачи принятия решений». – Донецк, 2007 – №4. – С.86-94.
41. Гриньова, В. М. Державне регулювання економіки: Навч. посібник / В. М. Гриньова, М. М. Новікова. – Х. : ІНЖЕК, 2004. – 756 с.
42. Данилишин Б.М. Просторова організація продуктивних сил України: мезо– та мікрорегіональний рівень. / Б.М. Данилишин, Л.Г. Чернюк, М.І. Фащевський – Вінниця: Книга–Вега, 2007. – 572 с.
43. Данченкова О.А. Соціальна відповідальність бізнесу як нова тенденція Української PR-практики / О.А. Данченкова // Інформаційне суспільство: науковий журнал / голова редкол. В. В. Різун, голов. ред. В. Ф. Іванов ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – Вип. 8 (лип.–груд.). – С. 53 – 57.
44. Данько М. Реорганізація підприємств у контексті формування корпоративних структур // Економіка України – 2007. – №1. – С.64 –70.
45. Декларация социального прогресса и развития. Провозглашена резолюцией Генеральной Ассамблеи от 11 декабря 1969 года [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.un.org/russian/ document/declarat/socdev.htm>
46. Демб А. Корпоративне управління./ Ада Демб, Фрідріх Нойбауер – К.: Основи, 1997.– 302 с.
47. Деєва Н. М. Потенціал соціалізації і його регулювання в економіці: теорія, методологія, перспективи: монографія / Н.М. Деєва. – Дніпропетровськ: АРТ-ПРЕС, 2006. – 218 с
48. Дж. Гэлбрейт Новое индустриальное общество – М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО«Транзиткнига»; СПб.: Terra Fantastica, 2004. – 602 с.

49. Джорж Р.Т. «Деловая этика» / Пер. с англ. Р.И. Стопера. – СПб., «Экономическая школа», М., Издат. группа «Прогресс», 2001. Т.1.
50. Довгань Л. Є. Корпоративне управління : Навчальний посібник / Л. Є. Довгань, В.В.Пастухова, Л. М. Савчук – К.: Кондор, 2007. – 180 с.
51. Довгань Л.Є., Пастухов В.А., Савчук Л.М. Управління корпораціями: [монографія]. / Л.Є.Довгань, В.,А.Пастухов, Л.М.Савчук – К.:УВІЦ “Політехніка” –2004–236с.
52. Другов О.О. Регіональна політика соціально–економічного розвитку / О.О. Другов // Формування ринкових відносин в Україні. – №8 (51). – 2005. – С. 54–60.
53. Дяченко Т.О. Взаємозв’язок розвитку корпорації із застосуванням корпоративної культури / Т.О.Дяченко// Формування ринкових відносин в Україні. – 2007.–№10, – с. 7–10
54. Експрес-випуск Державної служби статистики від 14.02.2013 № 03.6-33/216 «Прийняття в експлуатацію житла в Україні у 2012 році» [Електронний документ] // офіційний сайт Держстату – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
55. Євтушевський В.А. Основи корпоративного управління: Навч. посіб. — К.: Знання-Прес, 2002. — 317 с.
56. Єранкін О. Деякі питання удосконалення управління акціонерних товариств в Україні: / О.Єранкін // Ринок цінних паперів України. – 2003. – № 7 – 8. – С.41 – 50.
57. Жадан О. В. Організаційно–економічне забезпечення функціонування та розвитку акціонерного товариства: Автореф. дис.канд. екон. наук.08.06.01 /Харк. держ. екон. ун–т. – Х., 1998. – 16 с.
58. Жиглей І. В. Соціальна відповідальність бізнесу в світлі теорій управління: обліковий аспект – Вісник ЛКА. – № 33.– Львів,2010 –с.222-232
59. Задихайло Д.В. Корпоративне управління: Навч. посібник / Д.В. Задихайло, О.Р. Кібенко, Г.В.Назарова. – Х.: Еспада, 2003. – 688 с
60. Закон України "Про акціонерні товариства" від 17.09.08 р. №514–VI [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: www.rada.gov.ua
61. Закон України "Про основи національної безпеки"від 19 червня 2003 р. № 964–IV Офіційний вісник України. – 2003. – № 29. – 1433 с.
62. Закон України «Про благодійництво та благодійні організації» від 19 вересня 1997 р. [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
63. Закон України «Про екологічний аудит» від 24 червня 2004 року [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/>
64. Закон України «Про житловий фонд соціального призначення» від 12.01.2006 № 3334-УІ в редакції від 18.11.2012 [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3334-15>
65. Закон України «Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування»

// Уряд. кур'єр. – 2003. – № 150.

66. Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності» // Відомості Верховної Ради. – 1999. – № 23. – С. 121.
67. Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття» // Людина і праця. – 2000. – № 7. – С. 3–31.
68. Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими народженням та похованням» від // Відомості Верховної Ради. – 2001. – № 23. – С. 121.
69. Закон України «Про зайнятість населення»//Відомості Верховної Ради.– 1991.– № 14. – С. 170.
70. Закон України «Про запобігання впливу світової фінансової кризи на розвиток будівельної галузі та житлового будівництва» від 25.12.2008 №800-VI [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/800-17>
71. Закон України «Про захист прав споживачів» [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
72. Закон України «Про колективні договори і угоди» // Відомості Верховної Ради. – 1993. – № 36. – С. 361.
73. Закон України «Про недержавне пенсійне забезпечення» // Уряд. кур'єр. – 2003. – № 169.
74. Закон України «Про оплату праці» // Відомості Верховної Ради. – 1995. – № 17. – С. 121.
75. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
76. Закон України «Про охорону праці» // Відомості Верховної Ради. – 1992. – № 49. – С. 668.
77. Закон України «Про професійні спілки України, їх права та гарантії діяльності» // Відомості Верховної Ради. – 1999. – № 45. – С. 397.
78. Закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини» від 23.12.1997 № 771/97-ВР [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
79. Закон України Про стимулювання розвитку регіонів від 8 вересня 2005 р. № 2850–IV // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 51. – С. 548.
80. Занфіров В.А. Державне регулювання соціально–економічного розвитку регіону: Автореф. дис. канд. наук з державного управління: 25.00.02 / Національна академія державного управління при Президентові України. / В.А. Занфіров – Київ, 2006. – 20 с.
81. Згуровський М.З. Сталий розвиток регіонів України [Текст] / М.З. Згуровський. – К.: НТУУ «КПІ», 2009. – 197 с.

82. Искусство возможного (Круглый стол: «Социальная ответственность бизнеса. Проблемы и решения») / Вахитов Р. [Электронный ресурс] – Режим доступа до статті: <http://www.sob.ane.ru/p5.htm>.
83. Іваннікова Н.А. Особливості формування людського потенціалу підприємств машинобудування / Н.А. Іваннікова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя, 2006. – № 4. – С. 141 – 145.
84. Карпенко Д. Социальные вопросы в корпорации / Д. Карпенко // Компаньон, 2006–№310 –С.40–45
85. Кейнс Дж.М. «Общая теория занятости, процента и денег» – М.: Гелиос АРВ, 1999. – 352 с.
86. Кірнос І.О. Предмет пізнання соціальної економіки / І.О. Кірнос // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 2 (20). – С. 35-41.
87. Ковалев В. Р. Основы теории корпоративного управления / В. Р. Ковалев; Рос. акад. наук; Ин-т проблем регион. экономики – СПб. Гатчина: [б. и], 2004. – 300с.
88. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
89. Кодекс поведінки державних службовців № 5585 від 02.06.2004р. [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
90. Козаченко Г.В. Корпоративне управління: Підручник для вузів / Г.В. Козаченко, А.Е.Воронкова– К: Лібра, 2004. – 368с.
91. Колот А.М. «Соціально–трудова відносини: теорія і практика регулювання: монографія» / Київ. нац. екон. ун–т, 2003.
92. Конвенція МОП № 100 «Про рівну винагороду», 1951 [Електронний документ] // Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>
93. Концепція подолання корупції в Україні «На шляху до доброчесності»: Затв. Указом Президента України від 11 вересня 2006 р. № 742/2006 // Офіц. вісн. України. – 2006. – № 37. – С. 2540.
94. Короленко М.В. Дивідендна політика акціонерного товариства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.lib.academy.sumy.ua
95. Коромпін О.Є. "Розвиток системи менеджменту" Монографія / О.Є.Коромпін, – Донецьк, 2004. –236с.
96. Корпоративная социальная ответственность: учебник / Коротков Э. М., Александрова О. Н., Антонов С. А. и др.; под ред. Э. М. Короткова ; Гос. ун-т управления. – Москва: Юрайт, 2013. – (Бакалавр). – 445 с
97. Корпоративне управління як шлях до підвищення ефективності бізнесу, залучення інвестицій і захисту інтересів акціонерів: Матеріали "круглого столу" – К.:Б.В., 2000. –68с.
98. Костюк О.М. Концепція корпоративного управління та корпоративної соціальної відповідальності в банках / О.М. Костюк, Я.І. Мозговий [Електронний ресурс] // Проблеми системного підходу в економіці: електронне наук. фах. видання. – 2011. – Вип. 2. – Режим доступу:

http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_2/Kostuk_211.htm

99. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер, Н. Лі // Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005 – 302 с.
100. Кретьова А.В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні за участі держави: механізм взаємодії / А.В. Кретьова, Н. Березовська [Електронний ресурс] // зб. наук. праць Донецького державного університету управління. – 2011. – Т. XII. – Серія «Державне управління». – Вип. 194. – Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/znpdduu/du/2011_194/m.htm
101. Кричевський Н.А. Корпоративная социальная ответственность / Н.А. Кричевський, С.В. Гончаров. – М.: Дашков и Ко, 2007. – 216 с.
102. Кузнецов В. С. Проблеми захисту прав акціонерів в Україні / В.С. Кузнецов // Проблеми розвитку державних і місцевих фінансів: Наук.–теорет. конф., Київ, 10–11 квіт. 2003 р. – К., 2003. – С.179–185.
103. Кузьменко М.Л. Управління функціонуванням і економічним розвитком економіки регіону: [монографія]. / НАН України: ІЭП./ М.Л. Кузьменко – Донецьк, 2004.
104. Кузьменко М.Л. Управління функціонуванням і економічним розвитком економіки регіону: Монографія / НАН України: ІЭП. – / М.Л. Кузьменко – Донецьк, 2004. – 236 с.
105. Кузьмін О.Є., Мороз А.С., Подольчак Н.Ю., Шуляр Р.В. Трансформація підприємств: економічна оцінка та побудова систем менеджменту. Монографія /О.Є. Кузьмін, А.С. Мороз, Н.Ю. Подольчак, Р.В. Шуляр. – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2005. – 336с.
106. Куліш А. Соціальна відповідальність бізнесу в банківській сфері у запитаннях та відповідях / А. Куліш. – К.: ТОВ «НВП Поліграфпрес». – 2007. – 80 с.
107. Кунц Г. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций: в 2 т.: пер. с англ.. / Гарольд Кунц, Сирил Одонелл. – М.: Прогресс, 1981 – 940 с.
108. Кучеренко О. Право акціонерів на отримання частини прибутку акціонерного товариства/ О.Кучеренко // Вестн. бухгалтера и аудитора Украины. – 2004. – № 23 – 24. – С.26 – 30.
109. Лазоренко О. Посібник із КСВ. «Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності» /О. Лазоренко, Р. Колишко – К.: Видавництво «Енергія», 2008 – 351 с.
110. Либоракина М.И. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт СНГ. /М.И.Либоракина – М.: Фонд «Институт экономики города», 2001. – С.9.
111. Лібанова Е. М. Людський розвиток в Україні: можливості та напрями соціальних інвестицій: Моногр. / Ред.: Е. М. Лібанова; НАН України. Ін-т демографії та соц. дослідж., Держ. ком. статистики України. – К., 2006. – 356 с.

112. Лігоненко Л. О. Дивідендна політика підприємства [Текст]: Навч. посібник / Л. О. Лігоненко, Л. В. Клоченок, Н. В. Юрчук. – К.: КДТЕУ, 2000. – 67 с.
113. Лукашев А. IPO от I до O: [пособие для финансовых директоров и инвестиционных аналитиков] / А.Лукашев, А.Могин. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2007. – 257 с.
114. Лукін С.Ю. Корпоративна соціальна відповідальність, як фактор конкурентоспроможності на глобальних ринках / С.Ю. Лукін, Є.Г. Соломаха // Сталій розвиток економіки: Всеукр. наук.-вир. Журнал. – 2011. – № 2. – С. 22 – 24.
115. Македон В.В. Міжнародний менеджмент: підручник / В.В. Македон.// – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2013. – 616 с.
116. Мельников М.В. Социология в строительной сфере: метод. Указания: Учебно-методические разработки без грифа / М.В Мельников, Н.И.Макарова, Л. И. Скрыбина // – К.:ЦНЛ –2014. –321с.
117. Маслоу А. Мотивация и личность. / А. Маслоу – 3-е изд. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2008. – 352 с.
118. Матеріали веб-сайту Міністерства регіонального розвитку, будівництва, та житлово-комунального господарства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregion.gov.ua/>
119. Методологія оцінки рівня корпоративного управління // запроваджена Рейтинговим агентством «Кредит-Рейтинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.credit-rating.ua/img/st_img/Methodology/RCG_method.pdf
120. Методологія та методика визначення інтегральних соціальних показників / Відп. ред. Ю.І. Саєнко. – К.: Ін-т соціології НАНУ, 2004. – 372 с.
121. Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
122. Модели социального развития России: роль бизнеса. Публичный отчет по результатам международной конференции, 12 ноября 2003 г. 2003. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.amr.ru>
123. Мюрдаль Г. Современные проблемы «третьего мира» / Г. Мюрдаль. Драма Азии. Исследование нищеты народов. – М.: Прогресс, 1972. – 767 с.
124. Наливайченко Е.В. Методология исследования перспектив информатизации национальной экономики / К.В. Наливайченко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 197-206.
125. Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу на місцевому рівні [Електронний ресурс]. – Режим доступ: <http://www.niss.gov.ua/Monitor>
126. Небава Н.Г. Теорія корпоративного управління:Вузлові питання:Навч. посібник/ Н.Г.Небава – К.:ЦНЛ–2004.–245с.
127. Олексюк О. І. Управління потенціалом акціонерних товариств (на матеріалах підприємств цементної промисловості України): Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук. 08.06.01 /Київ. нац. екон ун-т./О.І. Олексюк – К., 2001. – 20 с.

128. Орехов С.А. Современное корпоративное управление: Проблемы теории и практики /С.А.Орехов – М.: Маркет ДС Корпорейшн –2004.–246с.
129. Осецький В.Л. Соціальна відповідальність корпорацій як фактор забезпечення їхньої конкурентоспроможності / В.Л Осецький // Економіка та держава. –2007.– №1.– С.9–12
130. Офіційний сайт Міжнародної організації з сертифікації (ISO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.iso.org.
131. Павленко І.І. Міжнародна торгівля та інвестиції: навчальний посібник для вузів / І.І.Павленко – Київ: ЦУЛ, 2012 . – 255 с.
132. Парето Вильфредо "Трансформация демократии": сборник, – М.: Издательский Дом «Территория будущего», 2011. – С.16
133. Парсонс Т. Система современных обществ / Т. Парсонс. – М.: Экономика, 1997. – 230 с
134. Пашнюк Л.О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність та напрямки реалізації / Л.О.Пашнюк // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. праць. – 2011. – Вип. 16. – С. 196 – 201.
135. Петренко Ю. М. Сутність корпоративної соціальної відповідальності: вітчизняний та зарубіжний підхід / Ю. М. Петренко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1. – Т. 1. – С. 191 – 195.
136. Піроженко Н. Феномен соціальної відповідальності бізнесу: теоретичний та історичний аспекти / Піроженко Н. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Аpdu_o/2009_1/R_2/Pirogenko.pdf
137. Поважний А.С. Наукові засади реформування і розвитку житлово-комунального господарства в контексті соціально-інтеграційної парадигми / А.С. Поважний// – Донецьк, – ДДУУ, 2010.
138. Поклонський Ф. Ю. Вдосконалення управління промисловими підприємствами з урахуванням впливу стратегічних змін / Ф. Ю. Поклонський // Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць / ПДТУ. - Маріуполь, 2013. - Вип. 26. - С. 6-12. - (Серія : Економічні науки).
139. Порхнявий Ю.Б. Соціальна безпека / Ю.Б. Порхнявий, О.О. Волощук, П.І. Ільчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.cpsr.org.ua
140. Порядок підготовки, укладання та виконання угоди щодо регіонального розвитку та типова угода щодо регіонального розвитку. Затв. Постановою Кабінету Міністрів України 23.05.2007 № 751 // Офіційний вісник України. – 2007. – № 39. –1546 с.
141. Постанова Кабінету Міністрів України від 11.01.2009 № 140 «Про затвердження порядку забезпечення громадян доступним житлом» [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/140-2009-%D0%BF>
142. Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2009 № 1249 Про затверджен-ня Державної цільової соціально-економічної програми будівництва (придбання) доступного житла на 2010-2017 роки

- [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1249-2009-%B0%BP>
143. Постанова Кабінету Міністрів України від 18.01.2003 № 25–р// Пріоритетні напрями розвитку корпоративного управління в акціонерних товариствах: [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: www.kmu.gov.ua
144. Постанова Кабінету Міністрів України від 24.10.2012 № 967 «Про затвердження Державної програми забезпечення молоді житлом на 2013–2017 роки» [Електронний документ] // офіційний сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/967-2012-%D0%BF>
145. Про Концепцію [основи державної політики]. національної безпеки України: Постанова // Право України. – 1997. – № 3. – ст. 84–89; Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 10. – 85 с.
146. Проблеми раціонального використання соціально–економічного та природно–ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції: Зб. наук. пр / Ред.: М.І. Долішній; Луц. держ. техн. ун–т. – Луцьк: Надстир'я, 2000. – 110 с.
147. Програма соціального інвестування міста Миколаєва на 2006 р. № 43/7 від 2006-02-16 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ngik.gorsovet.mk.ua/ru/showdoc/?doc=4972>
148. Рогачов С.В. Підвищення економічної безпеки підприємства у сфері теплопостачання в умовах економічної кризи [Електронний ресурс] / С.В. Рогачов // Вісник Хмельницького національного університету 2009, № 3, Т. 2 Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_3_2/pdf/165-168.pdf
149. Романюк С.А. Політика регіонального розвитку в Україні: сучасний стан і нові можливості / С.А. Романюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua>
150. Руководство по эффективной практике раскрытия информации по вопросам корпоративного управления: Конференция по вопросам торговли и развития (Женева).UNCTAD/ITE/TEB. 2006/3. – Нью–Йорк, Женева:ООН – 2006//[Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.un.org
151. Сазонець І.Л. Інституційна концепція «економічного імперіалізму» в еволюції суспільно–наукових підходів управління економікою та дослідженні соціальної відповідальності ТНК. Матеріали V Міжнародної науково–практичної конференції «Проблеми і механізми відтворення ресурсного потенціалу України в контексті євроінтеграції» – Рівне, 2012, – С. 29–32.
152. Сазонець І.Л. Корпоративне управління: Навч. Посіб. / І.Л. Сазонець, П.І.Сокуренко, Ю.В. Вдовиченко – Донецьк: «Юго–Восток», 2007, 372 с.
153. Сазонець І.Л. Корпоративне управління: світовий досвід та механізми залучення інвестицій: Навч.пос./І.Л. Сазонець– К.: ЦУЛ,2008.–304с.
154. Сазонець І.Л. Пріоритети концепції «економічного імперіалізму» в дослідженні соціальної відповідальності транснаціональних корпорацій як

- формальних інститутів. Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки», №4 (130), – Київ, 2012, С. 54 – 61
155. Сазонець І.Л. Суспільно–наукові та інституційні підходи у дослідженні соціальної відповідальності ТНК / Матеріали 1 Міжнародної науково–практичної конференції «Політика корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого соціально–економічного розвитку», 3 – 5 грудня, 2013 р., т. 3, Донецьк, ДонДУУ, 2013 р., С. 211 – 213
156. Сазонець І.Л. Форми та розвиток стратегії партнерства науки, освіти та бізнесу/ Тези до-повідей 4 Міжнародної науково–практичної конференції «Бази знань та їх місце в економіці знань сучасного інформаційного суспільства», 7 – 9 липня 2014 р., м. Львів, с. 79–81
157. Сазонець О.М. Інформаційна складова глобальних економічних процесів / О.М. Сазонець: Монографія. – Донецьк: «Юго–Восток», 2007. – 360 с.
158. Сазонець О.М. Інформаційна складова глобальних економічних процесів / О.М. Сазонець: Монографія. – Донецьк: «Юго–Восток», 2007. – 360 с.
159. Саприкіна М. А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінські практики: підручник / М.А Саприкіна . та інші. – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 480 с.
160. Слабошпицький М.Ф. Українські меценати: Нариси з історії Української культури. – К.: Видавництво М.П.Коць, 2001. – 328с.
161. Социальная ответственность бизнеса (по материалам экспертных интервью). // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bd.fom.ru
162. Социальная ответственность бизнеса (по материалам экспертных интервью). 2004 б. Фонд «Общественное мнение». // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bd.fom.ru>
163. Социальная ответственность как инструмент взаимодействия бизнеса и общества [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: http://www.socreklama.ru/sr_article.php?arti_id=165.
164. Социальная психология: словарь [Електронний ресурс] / [под общ. ред. А.В.Петровского]. – М.: ПЕР СЭ, 2006. – Режим доступа: slovari.yandex.ru/dict/psychlex4/
165. Социальное партнерство и социальная защита работников: учебное пособие для вузов, обучающихся по направлению подготовки 080400.62 "Управление персоналом" (квалификация (степень) "бакалавр") / Морозова Л. С., Мурашова Ю. В., Панова А. Г. и др.; . – Москва: Альфа-М: Инфра-М, 2013. – (Высшая школа). – 271 с.
166. Статистичний бюлетень “Обсяг виконаних будівельних робіт за видами будівельної продукції (2010-2013рр.)”. Державний комітет статистики. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство». – 16.03.2014. – № 03/6–33/845
167. Статистичний бюлетень «Виконання будівельних робіт (1990-2013рр.)». Державний комітет статистики. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство». – Вих. 03.02-48-519 від 28.01.2014р.
168. Статистичний бюлетень «Прийняття в експлуатацію житла в Україні за 2013 рік» – Державний комітет статистики України. – К.: 2014., – Вих. № 03.6 – 31/114-14

169. Статистичний бюллетень "Діяльність підприємств сфери послуг" / Державний комітет статистики. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство». – 2014.
170. Статистичний бюллетень «Квартирний облік та кількість наданих квартир в Україні у 2012 році» / Державний комітет статистики. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство». – 2013.
171. Статистичний бюллетень «Стан будівель та споруд незавершеного будівництва на 1 січня 2014 року» – № 211/0/03.6вн-14 / Державний комітет статистики. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство». – 2014
172. Статистичний збірник “Житлове будівництво в Україні у 2007–2013 роках”./ Державний комітет статистики. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство». – 2014
173. Статистичний збірник «Житлове будівництво у Дніпропетровській області у 2009–2013 роках» – Головне управління статистики у Дніпропетровській області. – Дніпропетровськ: Вих. № 04/12–70 від 25.06.2014р.
174. Тулеев І.П., Пілецька С.Т., Коритько Т.Ю., Гаркова А.В. Гроші та кредит. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 120 с.
175. Указ Президента України від 08.12.2007 № 1077 «Про заходи щодо будівництва доступного житла в Україні та поліпшення забезпечення громадян житлом» [Електронний документ] // офіційне інтернет-представництво Президента України – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/6956.html>
176. Указ Президента України від 25 травня 2001 р. № 341 // Про Концепцію державної регіональної політики: Офіційний вісник України. – 2001. – № 22. – 983 с.
177. Указ Президента України Про розвиток соціального діалогу в Україні від 29.12.2005 № 1871 [Електронний документ] // офіційне інтернет-представництво Президента України – Режим доступу: // <http://www.rada.gov.ua>
178. Форрестер Д. Основы кибернетики предприятия (Индустриальная динамика). – М.: Прогресс, 1971. – С. 340.
179. Холостова Е.И. Социальная работа: теория и практика: Учеб. Пособие / Отв. ред. д.и.н., проф. Е.И. Холостова, д.и.н. А.С. Сорвина/ – М.: Инфра-М, 2004. – 427с.
180. Чебанова О.П. Вдосконалення прийомів аналізу соціально-економічного потенціалу підприємства / О.П. Чебанова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 33. – С. 234-239.
181. Чердаков В.А. Научно-методические основы формирования корпоративного сектора в процессе приватизации: Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук. 08.02.03 / НДЕІ Мін.ек-ки з пит.євр.інтегр.України/ В.А.Чердаков – К.,2005 –21с.
182. Чернега, О. Б. Міжнародні стратегії економічного розвитку [Текст] : навч. посібник / О. Б. Чернега, А. А. Семенов, В.С. Білозубенко. – 2-е вид., оновл. і доп. – Львів : Магнолія-2006 , 2009. – 346 с.
183. Энтов Р.М. Корпоративное управление и саморегулирование в системе

институциональных изменений / Р. Энтов и др. – М.:ИЭПП, 2006. – 186с.

184. Юзик Л.О. Підходи щодо оцінки впливу КСВ на показники діяльності підприємства / Л.О. Юзик // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського: [науковий журнал]. Серія: Економічні науки. – 2010. – Вип. 3. – С. 158 – 165.
185. Ястремська О.М. Моделювання оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств в умовах трансформації економіки / О.Ястремська // Проблеми науки : Міжгалузевий науково-технічний журнал . – 11/2005 . – N11 . – С.20-27 .
186. “Overview of Corporate Social Responsibility”, Issue brief, Business for Social Responsibility, 2003
187. «Business and economic development: the impact of corporate responsibility standards and practices», Business for Social Responsibility, USA, 2003
188. Berle A. A., Means G. S. The Modern Corporation and Private Property. New York: Oxford University Press, 1997. — 641 ñ.
189. Carroll Archie B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders [Електроний ресурс] / Carroll Archie B. – Business Horizons. – 1991. – July-August. – Режим доступу: <http://bas.sagepub.com/cgi/content/refs/38/3/268>
190. Davis K. The Meaning and Scope of Social Responsibility II Contemporary management. Issues and Viewpoints./ K.Davis K Englewood Cliffs, 1974. – P.630, 633.
191. Fitch, H. G. Achieving corporate social responsibility./H.G.Fitch – N.Y.Academy of Management Review, 1976. – P. 38–46.
192. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits/ M. Friedman//In: A Managerial Odyssey. Problems in Business and its Environment. Reading (Mas.), 1975. – P.13.
193. Grais W. Corporate governance and stakeholders' financial interests in institutions offering Islamic financial services / Wafik Grais, Matteo Pellegrini– Washington: World bank, Financial a. private sector development network, 2006 – P. 114–115.
194. Green paper European Commission «ЕС: поддержка принципов корпоративной социальной ответственности».
195. Hogarth R., Makridakis S. Forecasting and Planning: An Evaluation // Management Science. 1981. Vol. 27. № 2. P. 115–138.
196. Layton E.T., jr. The Revolt of the Engineers. Social Responsibility and the American Engineering Profession. Cleveland–London, 1971.P.6.
197. McKie J.W. Changing views II In: Social Responsibility and Business Predicament. Washington, 1973. P. 29
198. Preston L.E. Corporation and Society: the Search for a Paradigm / L.E.Preston // Journal of Economic Literature 1975.– Vol. 13.–№2.– P.435.
199. Sethi S.P. Japanese Business and Social Conflict. A Comparative Analysis of Response Patterns with American Business. Cambridge (Mass.), 1975. Pp.19
200. Sterman J.D. Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex, World. Boston: McGraw–Hill Companies, 2000.

ДОДАТКИ

Додаток А Перелік та види будівельних послуг

Державні програми з розвитку будівельних послуг	
Розвиток будівельної діяльності	Ціноутворення
	Експертиза
	Розвиток будівельної діяльності
Технічне регулювання та науково - технічний розвиток	Науково-технічна політика
	Нормування
	Стандартизація
	Оцінка відповідності
Містобудування, архітектура та планування територій	Проектування житлових та громадських будинків і споруд
	Застосування теплоізолюючих матеріалів у будівництві
	Добудова балконів і лоджій до квартир в багатоквартирних житлових будинках
	Водопостачання та водовідведення
	Містобудування та планування територій
	Благоустрій територій
Промислове та цивільне будівництво	Інформаційно-методичне забезпечення промислової забудови
	Розвиток інженерно-транспортної інфраструктури
	Розвиток виробництва будівельних матеріалів
Адміністративні послуги з:	Видачі ліцензії на провадження господарської діяльності, пов'язаної із створенням об'єктів архітектури, згідно з додатком
	Переоформлення ліцензії на провадження господарської діяльності, пов'язаної із створенням об'єктів архітектури
	Видачі дублікату ліцензії на провадження господарської діяльності, пов'язаної із створенням об'єктів архітектури
	Видачі відокремленому структурному підрозділу копії ліцензії на провадження господарської діяльності, пов'язаної із створенням об'єктів архітектури
	Внесення змін до переліку робіт, пов'язаних із створенням об'єктів архітектури, які заявник має право виконувати на підставі діючої ліцензії на провадження господарської діяльності, пов'язаної із створенням об'єктів архітектури
	З видачі ліцензії на провадження господарської діяльності, пов'язаної із створенням об'єктів архітектури
	Переоформлення ліцензії на провадження господарської діяльності, пов'язаної із створенням об'єктів архітектури
	Видачі дублікату ліцензії на провадження господарської діяльності, пов'язаної із створенням об'єктів архітектури
	Видачі відокремленому структурному підрозділу копії ліцензії на провадження господарської діяльності, пов'язаної із створенням об'єктів архітектури

Продовження Додатка А

Корпоративні програми з розвитку будівельних послуг	
Будівельні ремонтні послуги	Будівництво котеджів, будинків
	Покрівельні роботи
	Демонтажні роботи
	Фасадні роботи
	Проектування і будівництво саун, бань, садових будиночків, альтанок
	Бетонні роботи
	Монтаж, наладка і ремонт інженерних систем
	Будівельно - ремонтні послуги, загальне
	Земляні роботи
	Діамантове свердлення і різання бетону
	Зварювальні роботи
	Будівництво огорож, воріт тощо
	Вивіз будівельного сміття
	Будівництво і ремонт конструкцій тентів
	Фундаментні роботи
	Монтажні і висотні роботи
	Проектування, монтаж і реставрація сходів
	Будівництво, чищення, ремонт колодязів і свердловин
	Проектування і будівництво басейнів
	Монтаж систем заземлення
	Монтаж і обслуговування систем вентиляції і кондиціонування
	Будівництво будівель і споруд
	Реконструкція будівель і споруд
	Доставка будівельних матеріалів
	Виготовлення і обслуговування камінів, печей, барбекю
	Кам'яні роботи
	Будівництво спортивних майданчиків
	Виготовлення і монтаж цільноскляних фасадних конструкцій
	Будівництво дитячих майданчиків
	Генпідрядні, субпідрядні, підрядні послуги
	Інженерний захист від небезпечних геологічних процесів
	Будівництво і монтаж приміщень для куріння
Ремонт квартир, будинків, котеджів і приміщень	Сантехнічні роботи
	Обробні роботи
	Послуги з пристрою і ремонту полов, стін і стель
	Електромонтажні роботи
	Монтаж і ремонт вікон, дверей
	Пристрій балконів, лоджій
	Комплекс робіт по ремонту квартир, будинків, котеджів і житлових приміщень
	Вивіз будівельного сміття

Продовження Додатка А

Ремонт квартир, будинків, котеджів і приміщень	Комплекс робіт по ремонту офісів, магазинів, ресторанів
	Столярні і теслярські роботи
	Ремонт квартир, будинків, котеджів і приміщень, загальне
	Демонтаж конструкцій
	Доставка будівельних матеріалів
	Проектування і монтаж перегородок
	Домашній майстер
Послуги дизайну інтер'єрів і екстер'єру	Декорування інтер'єрів
	Дизайн інтер'єрів
	Візуалізація інтер'єру
	Флористика
	Дизайн екстер'єру
	Перепланіровка будинків і квартир
	Фітодизайн
Ландшафтний дизайн, озеленення і впорядкування	Впорядкування і озеленення територій
	Мощення доріжок, укладання тротуарної плитки
	Проектування і пристрій поливальних систем
	Пристрій і проектування штучних водоймищ
	Кам'яні сади
	Флористика
	Пристрій ландшафтного освітлення
	Будівництво і монтаж малих архітектурних форм
	Послуги посадки дерев - саджанців і чагарників
	Виготовлення і обслуговування камінів, печей, барбекю
	Проектування і монтаж систем дренажу і водовідведення
	Пристрій і проектування фонтанів
	Лісовпорядження
Проектно–будівельні послуги	Проектування будинків, котеджів та котеджних городків
	Проектування земляних робіт
	Проектування, монтаж, обслуговування систем диспетчеризації і моніторингу будівель
	Будівельна експертиза
	Проектно - будівельні послуги, загальне
	Проектування промислових будівель і споруд
	Архітектурна візуалізація
	Проектування житлових будівель і споруд
	Проектування систем вентиляції і кондиціонування
	Проектування доріг
	Авторський нагляд
	Проектування інженерних комунікацій
	Проектування і будівництво зимових садів і оранжерей
	Виготовлення архітектурних макетів

Закінчення Додатка А

Проектно– будівельні послуги	Проектування об'єктів електроенергетики, ліній електропередач
	Перепланування будинків і квартир
	Проектування котелень
	Проектування об'єктів і устаткування альтернативної енергетики
	Енергоаудит
	Аудит пожежної безпеки
Послуги теплоізоляції, звукоізоляції, гідроізоляції	Послуги теплоізоляції
	Послуги гідроізоляції
	Послуги звукоізоляції
	Послуги теплоізоляції, звукоізоляції, гідроізоляції, загальне
	Тепловізійне обстеження будівель і споруд
	Вогнезахисні роботи
Будівництво і реконструктивні послуги промислових будівель і споруд	Будівництво, що швидко зводиться
	Будівництво і проектування автозаправних станцій, нафтобаз тощо
	Будівництво об'єктів торгівлі
	Будівництво заводів і фабрик
	Будівництво гідротехнічних споруд
	Будівництво мобільних і модульних будинків, будівель і споруд
	Реконструкція промислових будівель і споруд
	Будівництво і реконструктивні послуги промислових будівель і споруд, загальне
	Будівництво об'єктів сільського господарства
	Будівництво і проектування об'єктів електроенергетики
	Будівництво об'єктів зв'язку
Бурові роботи	Буріння свердловин під воду
	Горизонтально - направлене буріння
	Промислове буріння
Будівництво і ремонт дорог	Асфальтування
	Нанесення дорожньої розмітки
Інженерно - будівельні послуги, загальне	Будівництво, чищення, ремонт колодязів і свердловин
	Будівництво гідротехнічних споруд
	Гідротехнічні послуги, інші
Проектування, монтаж, обслуговування структурних кабельних мереж	Монтаж, проектування, обслуговування систем безпеки і відеоспостереження
	Проектування, монтаж, обслуговування систем диспетчеризації і моніторингу будівель
	Проектування і обслуговування систем пожежної сигналізації
	Проектування, монтаж та налаштування АТС, міні - АТС
	Установка систем контролю доступу
Інвестиційні проекти в будівництві	
Гідротехнічні послуги	

Додаток Б

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
Дніпропетровська державна фінансова академія

АНКЕТА

стандартизованого інтерв'ю з питань
розвитку соціальної відповідальності бізнесу як елементу
формування організаційної культури у технологіях управління підприємствами

м. Дніпропетровськ
2012р.

Продовження Додатка Б

Шановні громадяни!

Кафедрою менеджменту ДДФА проводиться соціологічне дослідження, метою якого є вивчення питань соціальної відповідальності бізнесу, як елементу формування організаційної культури у технологіях управління підприємствами, та Вашого ставлення до формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Основні завдання дослідження полягають у з'ясуванні проблем щодо соціальної відповідальності інституцій, а також у визначенні пріоритетних видів підтримки та послуг, яких потребують підприємства задля здійснення соціальної відповідальної місії в Україні.

Просимо Вас відповісти на запропоновану анкету.

Заздалегідь вдячні Вам за відповіді!

I. Основні актуальні питання сучасного стану соціальної відповідальності бізнесу

1. Охарактеризуйте Ваше підприємство.

- 1. Державний заклад.
- 2. Пенсійний фонд.
- 3. Банк. +
- 4. Підприємство.
- 5. Небанківська фінансова установа.
- 6. Страхова компанія.

2. Засновники організації (виберіть варіант відповіді).

Засновники організації	Позначте (+)
Фізичні особи	
Комерційна організація	
Релігійна організація	
Держава	
Громадська організація	
Інші (які саме):	

Продовження Додатка Б

3. Чи надає Ваша організація такі види послуг?

Види послуг	Позначте всі відповіді, що підходять (+)
Психологічні	
Освітні	
Інформаційні	
Юридичні	
Медичні	
Побутові	
Посередницькі	
Послуги з працевлаштування	
Інші (які саме):	

4. Обсяги здійснення соціальної діяльності за рік (обсяг витрат на соціальну діяльність).

Обсяг витрат на соціальну діяльність	Позначте (+)
до 50 тис. грн.	
до 100 тис. грн.	
до 500 тис. грн.	
Інше	

5. Які організації Ви знаєте, що активно що розвивають соціальну відповідальність у Вашому регіоні (області)? Якщо можете, надайте контактну інформацію.

Назва	Контакти
1.	
2.	
3.	

6. Дайте оцінку здійснення соціальних заходів у Вашому регіоні.

1. Незадовільно.
2. Задовільно.
3. Добре.
4. Відмінно.

7. Чи здійснює Ваша компанія на регулярній основі внутрішні або зовнішні соціальні програми?

- | | |
|--------------------|-----------------|
| – так, регулярно; | – досить часто; |
| – ні, не здійснює; | – інколи. |

Продовження Додатка Б

8. Чи надає Ваша організація цільову матеріальну допомогу різним категоріям населення?
- так, регулярно;
 - досить часто;
 - ні, не надає;
 - інколи.

Якщо „Так”, то яким саме категоріям населення (вказіть ці категорії):

1. – _____
2. – _____
3. – _____

9. Чи використовує Ваша компанія принципи здійснення соціальної відповідальності, затверджені найвищим виконавчим органом?

- так, регулярно;
- досить часто;
- ні;
- інколи.

II. Роль корпоративної соціальної відповідальності, при формуванні організаційної культури

10. Дайте характеристику різним напрямкам соціальних програм у Вашій компанії.

№ п/п	Напрями соціальних програм	Дуже ефективно	Ефективно	Помірно ефективно	Не ефективно
1.	Добросовісна ділова практика				
2.	Розвиток місцевого співтовариства				
3.	Розвиток персоналу				
4.	Охорона здоров'я і безпечні умови праці персоналу				
5.	Природоохоронна діяльність і ресурсозбереження				
6.	Інше				

11. Які підрозділи більш ефективні в реалізації соціальних програм?

№ п/п	Підрозділ підприємства	Дуже ефективно	Ефективно	Помірно ефективно	Не ефективно
1.	Відділ маркетингу				
2.	Служба реклами і PR				
3.	Підрозділ по соціальному розвитку				
4.	Найвищий виконавчий орган				
5.	Служба управління персоналом				
6.	Підрозділ по екології і охороні навколишнього середовища				
7.	Засновано окрему неприбуткову організацію				
8.	Інший підрозділ				

Продовження Додатка Б

12. Які три найбільші досягнення Вашої організації в розвитку соціальної відповідальності?

1. _____; 2. _____; 3. _____

13. Вкажіть три пріоритетних завдання Вашої організації в розвитку соціальної відповідальності

1. _____; 2. _____; 3. _____

14. Наскільки часто використовується звітна інформація про соціальні програми, які реалізуються в розробці технології управління компанією у формі?

№ п/п	Форми звітної інформації	Регулярно	Досить часто	Інколи	Не використовується
1	Брошура з описом соціальних програм				
2	Інформація на сайті компанії				
3	Корпоративний соціальний звіт				
4	Така інформація в звітному форматі не існує				
5	Як розділ річного звіту				
6	Інше				

15. Яка окрема установа більш ефективна для провадження соціальної відповідальності, охарактеризуйте її?

№ п/п	Види установ для провадження соціальної відповідальності	Дуже ефективно	Ефективно	Помірно ефективно	Не ефективно
1.	Корпоративний фонд (благодійний фонд, створений бізнес-корпорацією, комерційною установою для ведення систематичної благодійної діяльності; найчастіше більша частина фінансових надходжень корпоративного фонду – внески компанії-засновника).				
2.	Операційний фонд (фонд, заснований юридичними або фізичними особами, який спрямовує більшу частину своєї діяльності на реалізацію власних проектів та програм, залучаючи зовнішні джерела фінансування).				
3.	Громадський фонд (фонд, який діє в чітко визначеному регіоні з метою вирішення проблем мешканців даного регіону через реалізацію місцевих проектів та програм; для своєї діяльності фонд може використовувати різноманітні місцеві джерела фінансування).				
4.	Благодійна організація (недержавна організація, заснована юридичними або фізичними особами, головною метою якої є здійснення благодійної діяльності в інтересах суспільства або окремих категорій осіб).				
5.	Інші (які саме):				

Продовження Додатка Б

16. На які галузі соціальної сфери та корпоративної культури направлена діяльність Вашої організації?

№ п/п	Види галузей соціальної сфери та корпоративної культури	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1	Дозвілля				
2	Екологія				
3	Культура				
4	Наука і технології				
5	Освіта				
6	Охорона здоров'я				
7	Підтримка громадських ініціатив				
8	Підтримка розвитку бізнесу				
9	Права людини				
10	Розвиток громади				
11	Розвиток медіа				
12	Соціальний захист				
13	Інші (які саме):				

17. Які соціальні категорії найбільше впливають на розвиток соціальної відповідальності Вашого підприємства?

№ п/п	Види соціальних категорій	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1	Фізичні особи				
2	Громадські організації				
3	Державні установи				
4	Органи місцевого самоврядування				
5	Політичні партії				
6	Профспілки				
7	Інші організації:				

Продовження Додатка Б

18. Які проблеми формування соціальної відповідальності на підприємстві Вас турбують більше всього?

№ п/п	Проблеми формування соціальної відповідальності	Турбує	Досить часто	Інколи	Не турбує
1	Авторитарні методи управління				
2	Корупція				
3	Некомпетентність представників органів влади				
4	Невпевненість в завтрашньому дні				
5	Низькі темпи розвитку корпоративної культури				
6	Підвищення цін				
7	Зниження рівня життя				
8	Збільшення темпів безробіття				
9	Відсутність корпоративного кодексу на підприємстві				
10	Гендерні питання				
11	Низька ефективність управління				
12	Інше (що саме):				

19. Які з наведених нижче видів соціальної діяльності найбільш впливають на формування корпоративної культури?

№ п/п	Види соціальної діяльності	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1	Представлення та захист інтересів, лобіювання				
2	Проведення досліджень				
3	Моніторинг та оцінка				
4	Навчання				
5	Консультавання				
6	Стажування				
7	Соціальний супровід				
8	Соціальна / медична / психологічна реабілітація				
9	Проведення благодійних акцій (благодійних концертів, ярмарків, аукціонів, теле– і радіомарафонів)				
10	Технічне оснащення (дооснащення) медичних / соціальних / освітніх закладів сучасним устаткуванням				
11	Підтримка діяльності ресурсних / інформаційних / консультаційних центрів				
12	Розробка та видання інформаційно–методичних матеріалів				
13	Аналіз політики				
14	Законодавчі ініціативи				
15	Інші (які саме):				

Продовження Додатка Б

20. Як Ваша організація зазвичай поширює інформацію про себе та власну діяльність? (виберіть усі відповіді, що підходять)

№ п/п	Шляхи поширення інформації	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1	Подаємо інформацію в пресу				
2	Видаємо власний бюлетень				
3	Поширюємо буклети, листівки про організацію				
4	Через власну веб-сторінку				
5	Проводимо презентації				
6	Участь в конференціях				
7	Видаємо річні звіти				
8	Надаємо інформацію в Довідники				
9	Ніяк, люди самі дізнаються				
10	Інше				

21. Які труднощі, на Вашу думку, найбільше перешкоджають розвитку соціальної відповідальності бізнесу та підприємствам в Україні? (оцініть за 4-бальною шкалою, де „1” – найменш перешкоджають, „4” – найбільш перешкоджають)

№ п/п	Перешкоди розвитку соціальної відповідальності бізнесу	Від „1” до „4”
1	Відсутність моральних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів	
2	Відсутність економічних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів	
3	Перешкоди з боку влади при здійсненні соціальної діяльності	
4	Перешкоди з боку громадськості при здійсненні соціальної діяльності	
5	Обмежені матеріальні ресурси для підтримки повсякденної діяльності організацій	
6	Низький рівень поінформованості громадськості про суть та мету соціальної відповідальності бізнесу	
7	Проблемне законодавство	
8	Відсутність в країні стандартів для здійснення соціальної відповідальності бізнесу	
9	Відсутність кваліфікованих співробітників у благодійних організаціях	
10	Інше (що саме?)	

Продовження Додатка Б

22. У якій мірі Ви знайомі з такими поняттями?

№ п/п	Назва	Добре ознайом – лений	Ознайом – лений	Маю уявлення	Нічого не знаю
1	Соціальна реклама				
2	Соціальний маркетинг				
3	Технології зв'язків з громадськістю				
4	Соціальне інвестування				
5	Корпоративна культура				
6	Технології управління				

III Напрями формування корпоративної соціальної відповідальності

23. Що з переліченого нижче потребує Ваша організація для подальшого формування корпоративної соціальної відповідальності?

№ п/п	Основні потреби організації	Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1	Матеріально–технічне забезпечення (приміщення, обладнання, тощо)				
2	Досягнення фінансової стабільності				
3	Налагодження ефективного менеджменту організації				
4	Налагодження ефективного фінансового менеджменту				
5	Забезпечення сприятливої нормативно–правової бази на всіх рівнях				
6	Інформаційно–методичне забезпечення (література, буклети, друкована продукція)				
7	Ознайомлення з міжнародним досвідом				
8	Навчання та підвищення кваліфікації персоналу				
9	Налагодження співпраці із ЗМІ				
10	Налагодження співпраці з органами влади				
11	Налагодження співпраці з державними установами (закладами освіти, соціальними службами, закладами охорони здоров'я, тощо)				
12	Обмін досвідом з організаціями				
13	Створення / покращення іміджу організації				
14	Інше (що саме?)				

Продовження Додатка Б

24. Як Ви вважаєте, наскільки доцільним для формування корпоративної соціальної відповідальності буде дотримання наступних юридичних аспектів?

№ п/п	Юридичні аспекти	Абсолютно недоцільно	Недоцільно	Скоріш недоцільно	Скоріш доцільно	Доцільно	Дуже важливо і принципово
1	Наявність процедури відсторонення від роботи голови та членів правління визначеної Статутом, нормативними документами і трудовими договорами						
2	Право подання позову на дії менеджерів						
3	Наявність нормативно визначеної процедури укладення угод, що можуть призвести до конфлікту інтересів між особистими інтересами посадової особи та її посадовими обов'язками						
4	Розкриття інформації про заробітну плату менеджерів						
5	Розкриття інформації про кількість акцій у менеджерів						
6	Розкриття інформації про власників акцій (доступність інформації про фізичну чи юридичну особу та кількість акцій, якою вона володіє)						
7	Наявність незалежного аудитора						
8	Відрахування на соціальний захист працівників						
9	Недосконалість системи пенсійного забезпечення працівників						
10	Недосконалість системи надання матеріальної допомоги						

25. Як Ви вважаєте, наскільки доцільним буде дотримання наступних правових та організаційних аспектів щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності?

№ п/п	Правові та організаційні аспекти	Абсолютно недоцільно	Недоцільно	Скоріш недоцільно	Скоріш доцільно	Доцільно	Дуже важливо і принципово
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Проведення загальних зборів акціонерів за місцем знаходження підприємства						

Продовження Додатка Б

1	2	3	4	5	6	7	8
2	Порядок скликання позачергових зборів акціонерів регулюється Статутом та нормативними актами підприємства						
3	Перелік питань, що є обов'язковими для включення до порядку денного визначається установчими, нормативними документами та акціонерами						
4	Обрання робочих органів зборів (голови, секретаріату, лічильної комісії) визначається Статутом, чи нормативними документами підприємства						
5	Порядок ознайомлення акціонерів з проектами рішень зборів визначається нормативними документами						
6	Порядок ознайомлення працівників з нормативними документами підприємства						
7	Власність на акції у працівників підприємства						
8	Необхідність опорядкованого державного контролю за соціальними стандартами на підприємстві						
9	Необхідність опорядкованого державного контролю за пенсійним страхуванням працівників						

IV. Роль соціальної відповідальності підприємств у вирішенні соціальних проблем з нерухомістю

26. Які труднощі, на Вашу думку, найбільше перешкоджають розвитку будівництва та вирішення проблем з житлом працівників підприємств в Україні? (оцініть за 4-бальною шкалою, де „1” – найменш перешкоджають, „4” – найбільш перешкоджають)

№ п/п	Перешкоди розвитку будівництва	Від „1” до „4”
1	Проблеми законодавчого характеру	
2	Відсутність економічних стимулів для будівельних компаній	
3	Недостатній рівень підтримки з боку центральної влади	
4	Недостатній рівень підтримки з боку місцевої влади	
5	Перешкоди з боку громадськості	
6	Обмежені матеріальні ресурси у населення	
7	Відсутність кваліфікованих співробітників у будівельних організаціях	
8	Інше (що саме?)	

Продовження Додатка Б

27. Які основні причини, на Вашу думку, обмежують доступ до придбання власної нерухомості? (оцініть за 4-бальною шкалою, де „1” – найменш перешкоджають, „4” – найбільш перешкоджають)

№ п/п	Обмеження в придбанні власної нерухомості	Від „1” до „4”
1	Висока вартість нерухомості	
2	Високі відсотки по кредитах	
3	Наявність першого внеску по кредиту	
4	Розмір суми першого внеску по кредиту	
5	Умови кредитування	
6	Інше (що саме?)	

28. Якого виду нерухомості потребує Ваша родина?

№ п/п	Види нерухомості	Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1	<i>Квартира</i>				
2	<i>Приватний будинок – будинок придатний для постійного мешкання.</i>				
3	<i>Дача, будинок для тимчасового мешкання – як правило, без опалювання; туалет і душ, як правило, на вулиці. Придатний для мешкання в теплий час року.</i>				
4	<i>Заміський будинок – будинок для постійного мешкання, є опалювання, санвузол з гарячою водою, як правило, не менше 2 поверхів. Будинки типу «котедж» також входять в цю категорію.</i>				
5	Інше (що саме?)				

29. Рішення яких соціальних та житлових проблем ви вважаєте за потрібне?

№ п/п	Житлові проблеми	Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1	2	3	4	5	6
1	Будівництво нерухомості для себе або найближчих родичів?				
2	Придбання нерухомості для себе або найближчих родичів?				
3	Придбання нерухомості у кредит для себе або найближчих родичів?				
4	Оренда нерухомості для себе або найближчих родичів?				

Закінчення Додатка Б

1	2	3	4	5	6
5	Заощадження коштів для майбутнього будівництва				
6	Заощадження коштів для майбутнього придбання житла				
7	Інше (що саме?)				

30. Як ви вважаєте, наскільки доцільним буде впровадження іпотечної допомоги співробітникам, як одного із аспектів формування системи соціального партнерства в підприємствах України?

№ п/п	Напрямок іпотечної допомоги	Абсолютно недоцільно	Недоцільно	Скоріш недоцільно	Скоріш доцільно	Доцільно	Дуже важливо і принципово
1	Будівництво житла для співробітників						
2	Часткове або повне кредитування співробітників на придбання житла						
3	Надання житла для мешкання співробітника та його родини за умови трудового стажу у компанії більш ніж 20 років						
4	Надання гуртожитку для співробітника та його родини						
5	Надання житла для мешкання співробітника та його родини без права передачі у приватну власність						
6	Надання житла для мешкання співробітника та його родини з правом передачі у приватну власність						
7	Інше (що саме?)						

Дякуємо за співпрацю!

Додаток В

Таблиця В.1 – Використання дисперсійного аналізу при дослідженні соціальної відповідальності компаній

№ п/п	Назва параметру	Математичне вираження	Математичне пояснення
1	2	3	4
1.	Однофакторний ДА	$x = \mu + A + e$	x – конкретне значення змінної; μ – генеральне середнє; A – доля відхилення змінної, що обумовлена впливом фактора A ; e – помилка спостереження (випадкове відхилення).
2.	Ф-критерій	$F_{e.m. \bar{n}} = \frac{M_{\phi S_{a \kappa}}}{M_{\phi S_{u n}}}$	
2.1.	$M_{\phi S_{a \kappa}} = \frac{S_{\phi a}}{d_{\phi a}}$		$MS_{факт}$ – дисперсія обумовлена впливом фактора
2.2.	$M_{\phi S_{u n}} = \frac{S_{\phi u n}}{d_{\phi u n}}$		$MS_{вип}$ – випадкова дисперсія
2.3.	$S_{\phi S_{a \kappa}} = \sum_{j=1}^J \frac{\left(\sum_{i=1}^{n_j} x_{i j} \right)^2}{n_j} - \frac{\left(\sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{i j} \right)^2}{N}$		$SS_{факт}$ – сума квадратів відхилень випадкової величини від загальної середньої («сума квадратів між групами»);
2.4.	$S_{\phi S_{u n}} = \sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{i j}^2 - \sum_{j=1}^J \frac{\left(\sum_{i=1}^{n_j} x_{i j} \right)^2}{n_j}$		$SS_{вип}$ – залишкова сума квадратів («сума квадратів всередині груп»); n_j – кількість експериментів усередині j -ї групи.
	$d_{\phi a \kappa} = J - 1$		$df_{факт}$ – число степенів вільності між групами; J – кількість груп
2.5.	$d_{\phi u n} = N - J$		$df_{вип}$ – число степенів вільності в середині груп; N – загальна кількість експериментів
2.6.	$S_{\phi S_{a \kappa}} = \sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{i j}^2 - \frac{1}{N} \left(\sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{i j} \right)^2$		$SS_{заг}$ – загальна сума квадратів
2.7.	$S_{\phi S_{a \kappa}} = S_{\phi S_{a \kappa}} + S_{\phi S_{u n}}$		
3.	Формула розрахунку H-критерія Крускала-Уоліса	$H = \left[\frac{1}{N(N+1)} \cdot \sum \frac{T_j^2}{n} \right] - 3(N+1)$	N – загальна кількість випробуваних в об'єднаній вибірці; n – кількість випробуваних у кожній групі; T_j – суми рангів у кожній групі.
4.	χ_r^2 -критерія Фрідмана	$\chi_r^2 = \left[\frac{1}{n \cdot c \cdot (c+1)} \cdot \sum (T_j^2) \right] - 3 \cdot n \cdot c$	c – кількість умов; n – кількість випробуваних; T_j – суми рангів за кожною з умов.

Закінчення Додатка В

**Таблиця В.2 – Методика визначення ефективності впровадження КСВ
(на основі додатка Г)**

№ п/п	Назва параметру	Математичне вираження	Математичне пояснення
1	2	3	4
1 Індекси соціальних інвестицій:			
1.1.	Якісний індекс соціальних інвестицій для компанії.	$I_{(K)} = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) * 100$	X_{ij} – булева змінна, що приймає значення 1, якщо j-на ознака присутня у i-ій компанії, і дорівнює 0, якщо ця ознака відсутня; m – число ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність компанії.
1.2.	Якісний індекс соціальних інвестицій для ознаки.	$I_{(j)} = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{ij} \right) * 100$	n – число компаній, що беруть участь в обстеженні
1.3.	Загальний якісний індекс соціальних інвестицій.	$I_{(K)} = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) * 100$	
1.4.	Індекс питомих соціальних інвестицій.	$IL = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n L_i}$	C_i – об'єм соціальних інвестицій i-ї компанії (включаючи добровільні і обов'язкові витрати на соціальні програми); L – середньосписочна чисельність працівників i-ої компанії; n – число компаній, що беруть участь в дослідженні
2 Індекси житлового забезпечення			
2.3.	Індекс рівня забезпеченості населення житлом.	$LF = \frac{SP}{OK}$	SP – введення в експлуатацію житла за видами житлових будівель м ² загальної площі; OK – Кількість сімей та однаків, які перебувають або, які одержали житло протягом року, одиниць на квартирному обліку на кінець року.
4 Індекс соціального виміру			
4.1.	Індекс соціальної діяльності компанії.	$IS = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n S_i} \times 100\%$	C_i – об'єм соціальних інвестицій i-ої компанії; S_i – валовий об'єм продаж житла i-ї компанії

Додаток Г

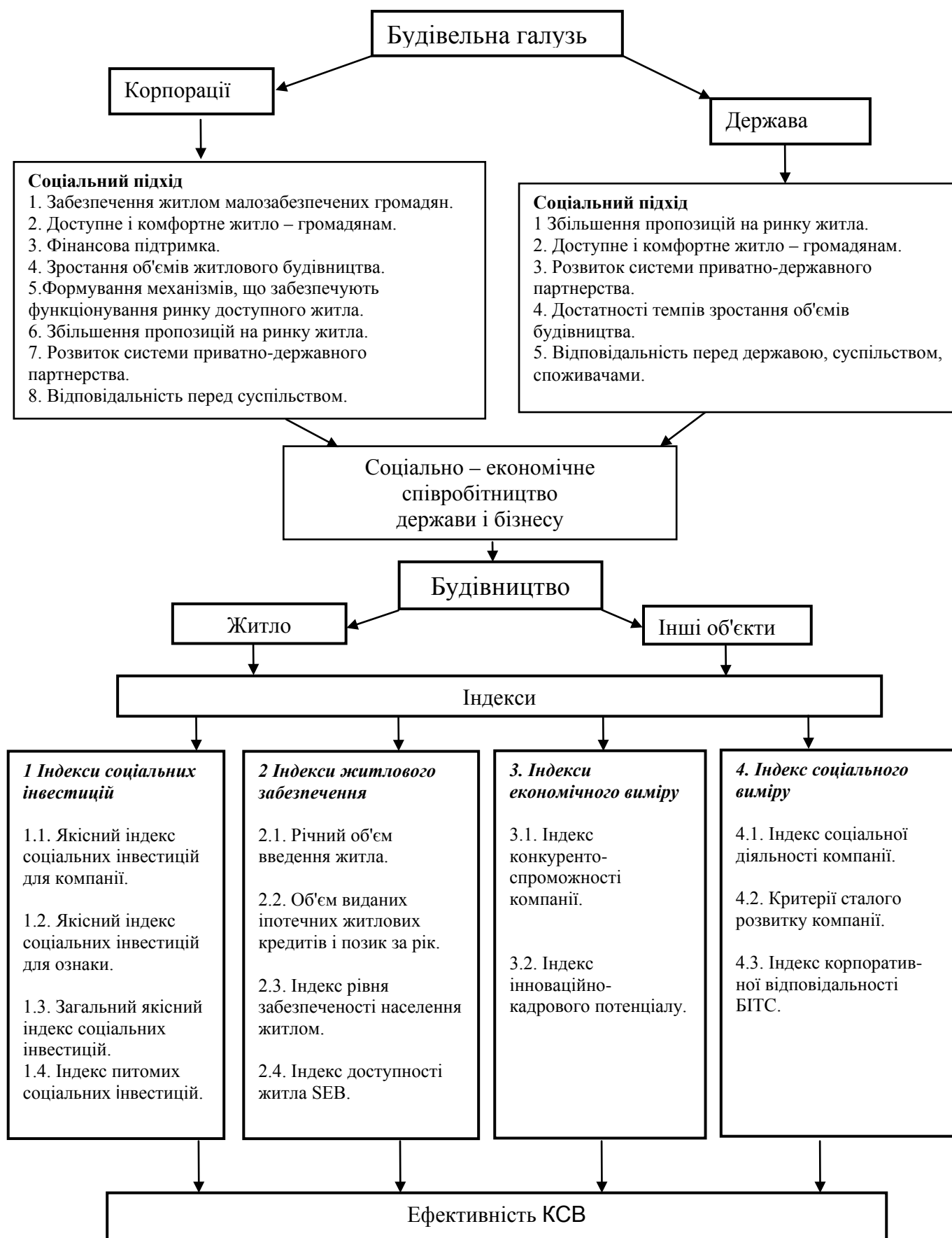


Рисунок Г.1 – Розрахунок ефективності впровадження КСВ

Додаток Д

Таблиця Д.1 – Характеристика різних напрямів соціальних програм підприємств

№ п/п	Напрямів соціальних програм	Дуже ефективно	Ефективно	Помірно ефективно	Не ефективно
1.	Добросовісна ділова практика	156	51	68	25
2.	Розвиток місцевого співтовариства	36	67	49	148
3.	Розвиток персоналу	29	66	59	146
4.	Охорона здоров'я і безпечні умови праці персоналу	127	81	72	20
5.	Природоохоронна діяльність і ресурсозбереження	47	78	121	54

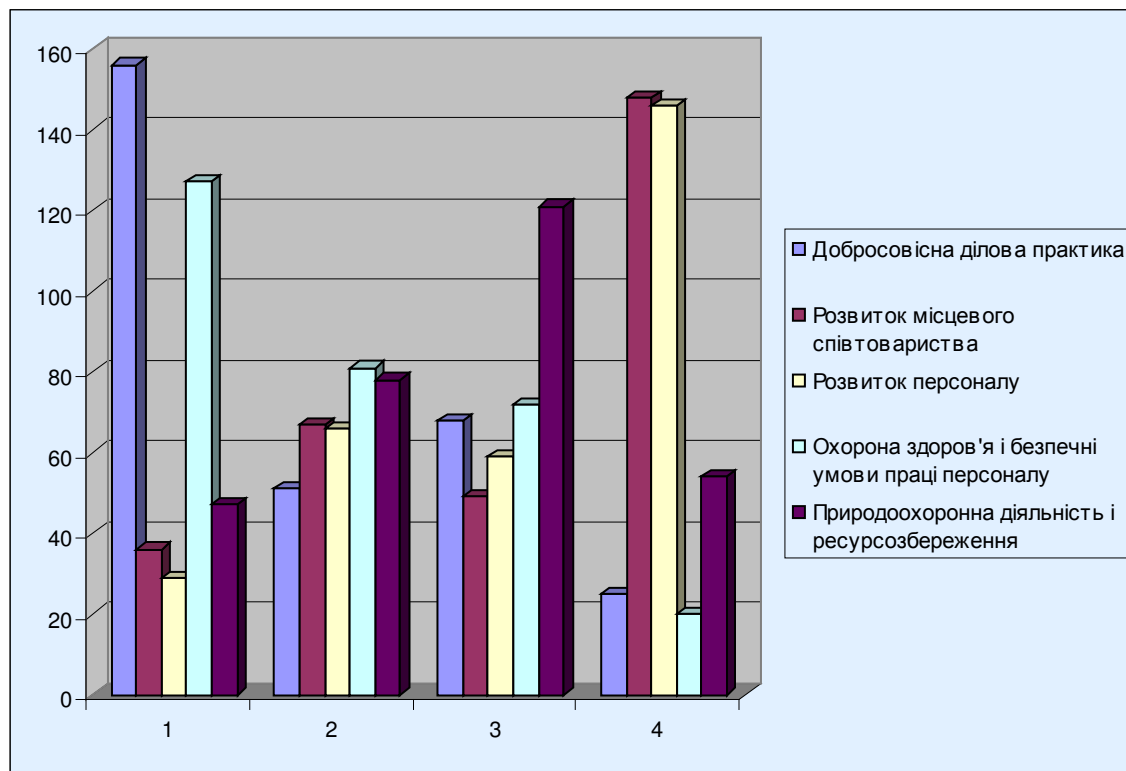


Рисунок Д.1 – Напрями реалізації соціальних програм підприємствами

Продовження Додатка Д

Таблиця Д.2 – Ефективність підрозділів в реалізації соціальних програм підприємств

№ п/п	Підрозділи	Дуже ефективно	Ефективно	Помірно ефективно	Не ефективно
1.	Відділ маркетингу	69	91	73	67
2.	Служба реклами і PR	123	80	69	28
3.	Підрозділ по соціальному розвитку	34	49	120	97
4.	Найвищий виконавчий орган	9	13	152	126
5.	Служба управління персоналом	48	90	88	74
6.	Підрозділ по екології і охороні навколишнього середовища	51	73	91	85
7.	Засновано окрему неприбуткову організацію	63	95	71	71

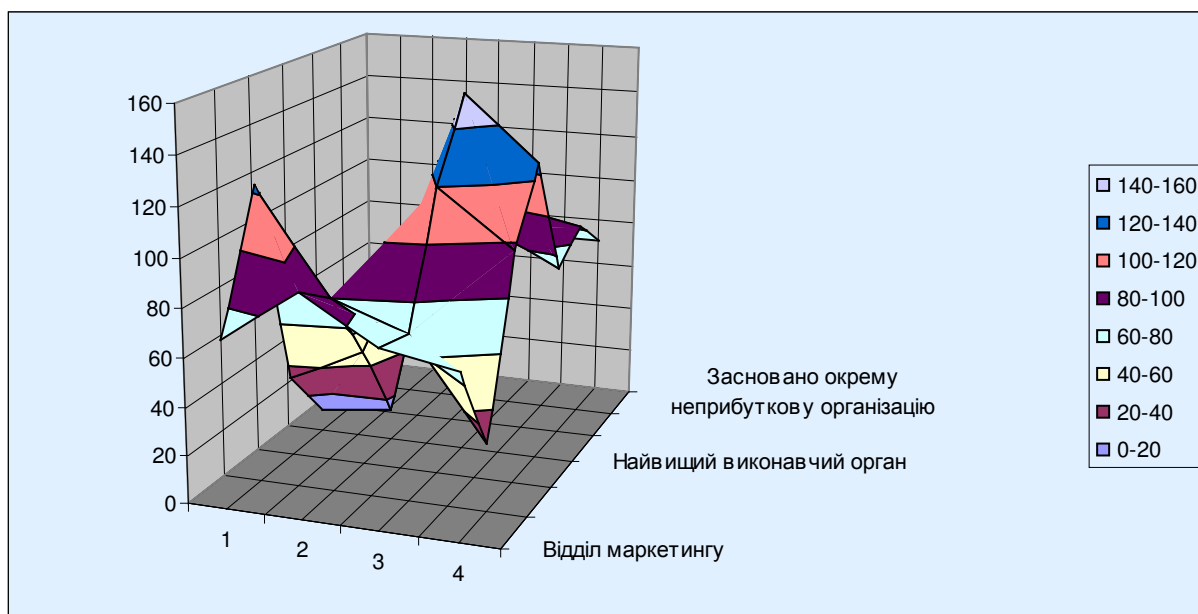


Рисунок Д.2 –Ефективність реалізації соціальних програм корпоративними підрозділами

Продовження Додатка Д

Таблиця Д.3 – Вплив соціальних категорій на розвиток соціальної відповідальності підприємств

№ п/п	Категорії	Ніколи	Інколи	Досить часто	Регулярн
1.	Фізичні особи	61	78	81	80
2.	Громадські організації	79	81	67	73
3.	Державні установи	139	68	31	62
4.	Органи місцевого самоврядування	62	61	81	96
5.	Політичні партії	257	22	17	4
6.	Профспілки	106	60	96	38

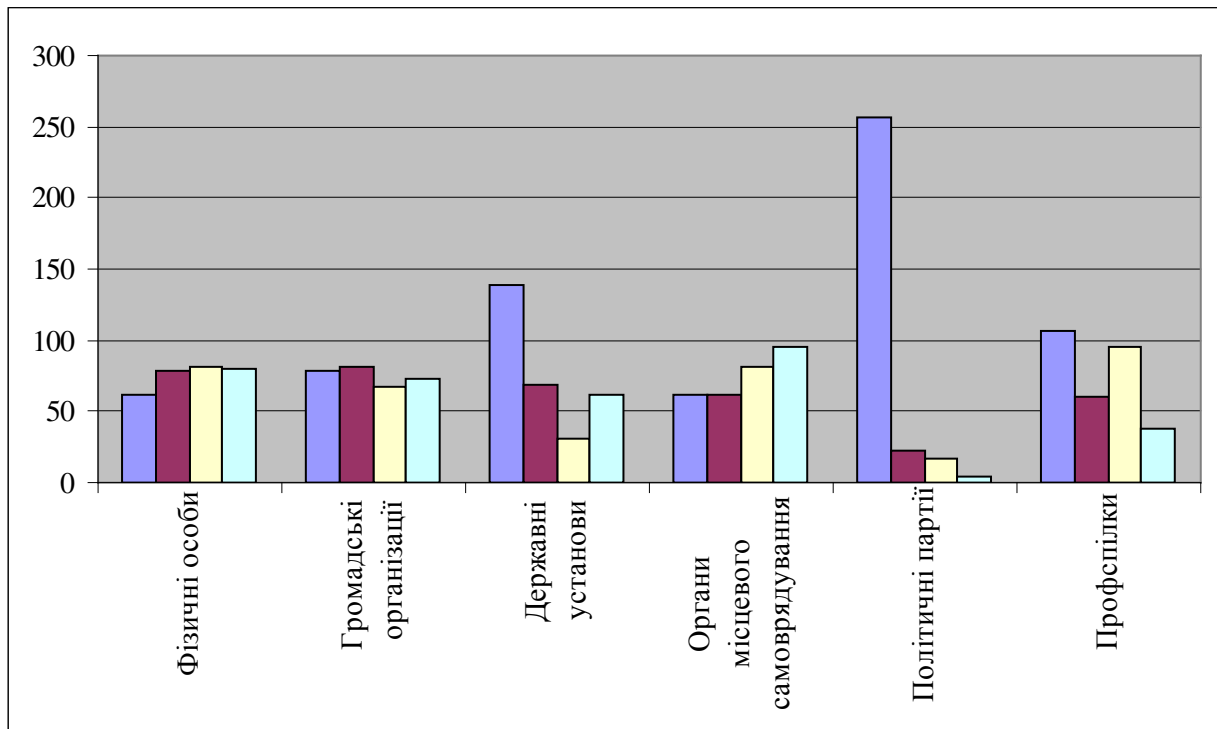


Рисунок Д.3 – Вплив соціальних категорій на розвиток соціальної відповідальності підприємств

Продовження Додатка Д

Таблиця Д.4 – Проблеми формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

№ п/п	Основні проблеми	У відсотках			
		Турбує	Досить часто	Інколи	Не турбує
1.	Авторитарні методи управління	1	5	10	84
2.	Корупція	26	28	19	26
3.	Некомпетентність представників органів влади	35	15	32	18
4.	Невпевненість в завтрашньому дні	38	26	22	13
5.	Низькі темпи розвитку корпоративної культури	13	25	20	42
6.	Підвищення цін	41	29	17	13
7.	Зниження рівня життя	42	33	9	16
8.	Збільшення темпів безробіття	29	31	26	14
9.	Відсутність корпоративного кодексу на підприємстві	8	11	19	62
10.	Гендерні питання	7	9	25	59
11.	Низька ефективність управління	33	17	27	23

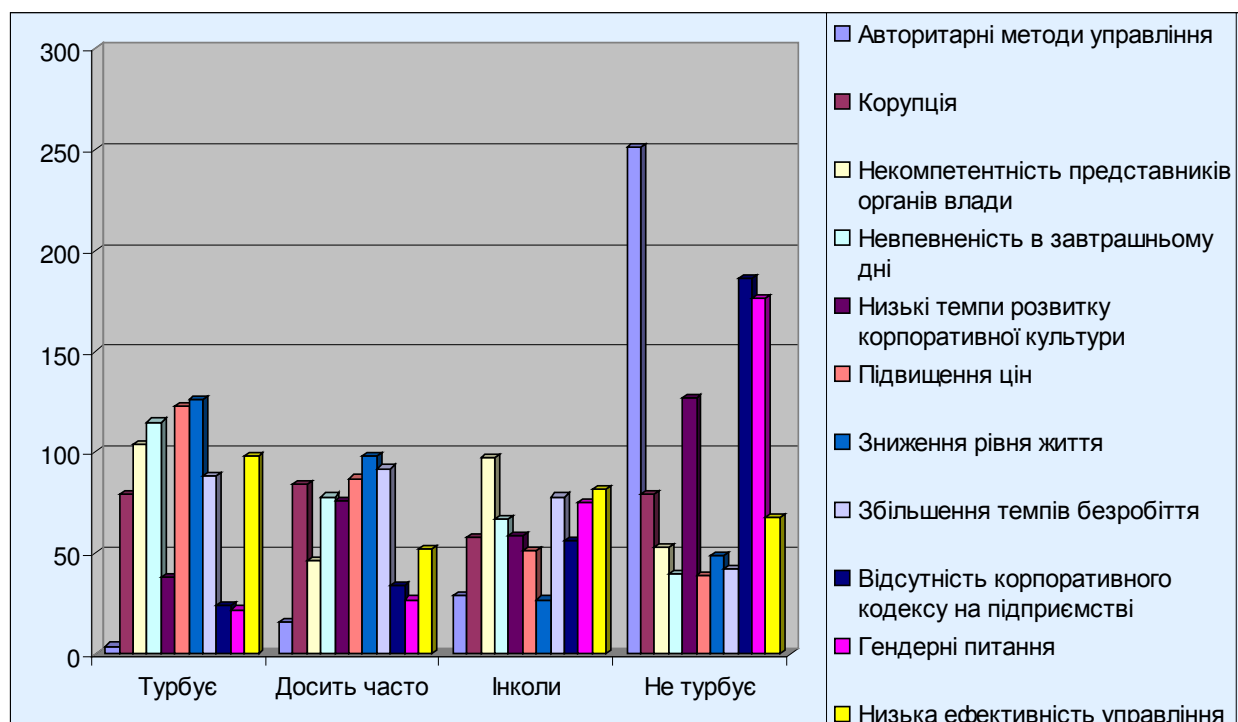


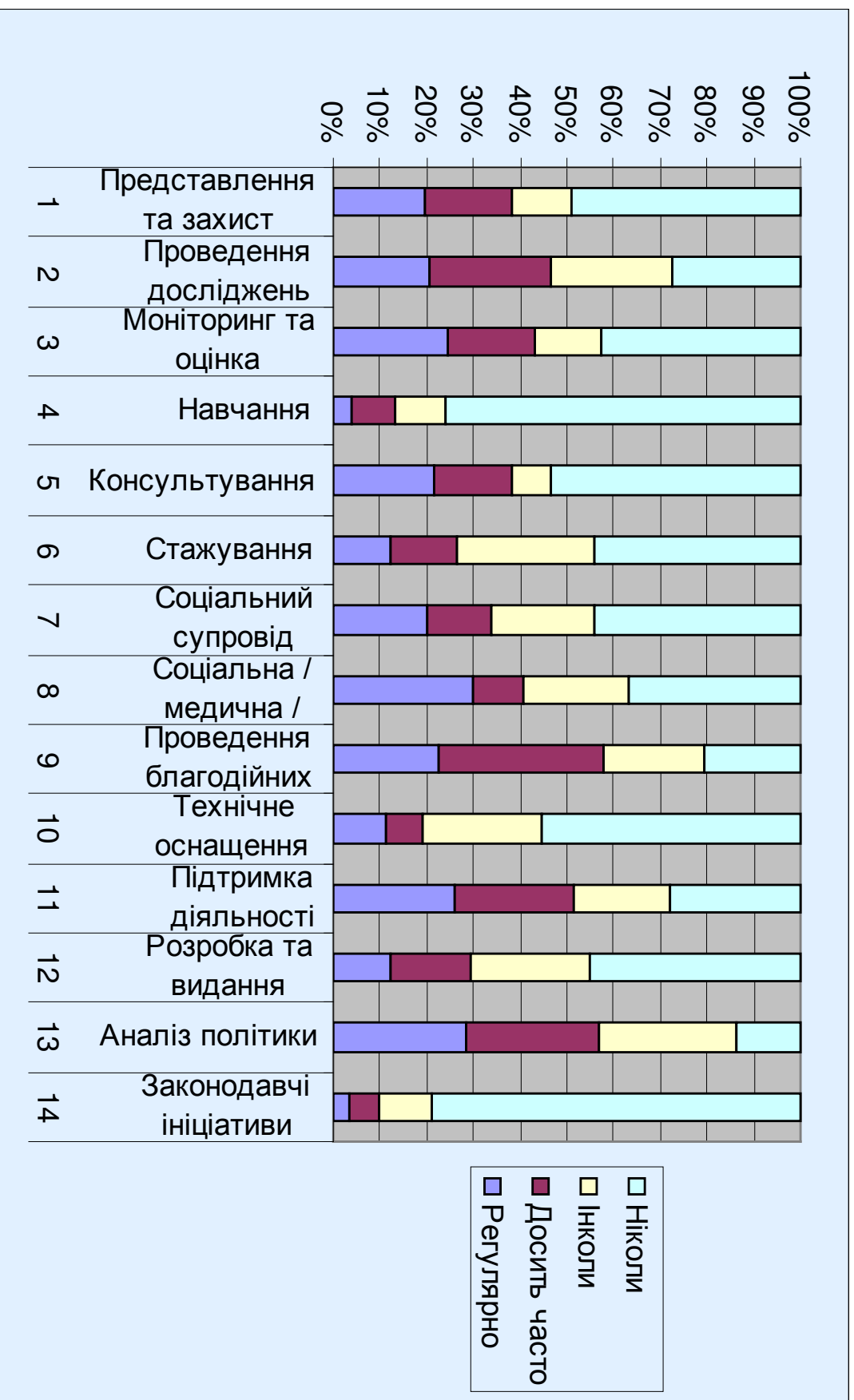
Рисунок Д.4 – Схематичне представлення проблем формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

Продовження Додатка Д

Таблиця Д.5 – Вплив соціальної діяльності на формування корпоративної
відповідальності

№ п/п	Види впливу	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Представлення та захист інтересів, лобіювання	59	55	39	146
2.	Проведення досліджень	62	78	78	82
3.	Моніторинг та оцінка	74	56	42	128
4.	Навчання	12	28	32	228
5.	Консультування	64	51	25	160
6.	Стажування	37	42	88	133
7.	Соціальний супровід	60	41	67	132
8.	Соціальна / медична / психологічна реабілітація	89	33	68	110
9.	Проведення благодійних акцій (благодійних концертів, ярмарків, аукціонів, теле- і радіомарафонів)	68	105	65	62
10.	Технічне оснащення (дооснащення) медичних / соціальних / освітніх закладів сучасним устаткуванням	34	24	76	166
11.	Підтримка діяльності ресурсних /інформаційних / консультаційних центрів	78	76	62	84
12.	Розробка та видання інформаційно- методичних матеріалів	37	51	77	135
13.	Аналіз політики	86	85	88	41
14.	Законодавчі ініціативи	10	19	34	237

Продовження Додатка Д



Р

исунок Д.5 – Вплив соціальної діяльності на формування корпоративної відповідальності

Продовження Додатка Д

Таблиця Д.6 – Шляхи поширення інформації про корпоративну соціальну діяльність

№ п/п	Шляхи поширення інформації	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Подаємо інформацію в пресу	33	56	84	127
2.	Видаємо власний бюлетень	17	14	57	212
3.	Поширюємо буклети, листівки про організацію	32	12	34	222
4.	Через власну веб-сторінку	226	31	29	14
5.	Проводимо презентації	12	28	56	204
6.	Участь в конференціях	72	72	79	77
7.	Видаємо річні звіти	5	135	105	55
8.	Надаємо інформацію в Довідники	85	86	63	66
9.	Ніяк, люди самі дізнаються	6	17	0	0

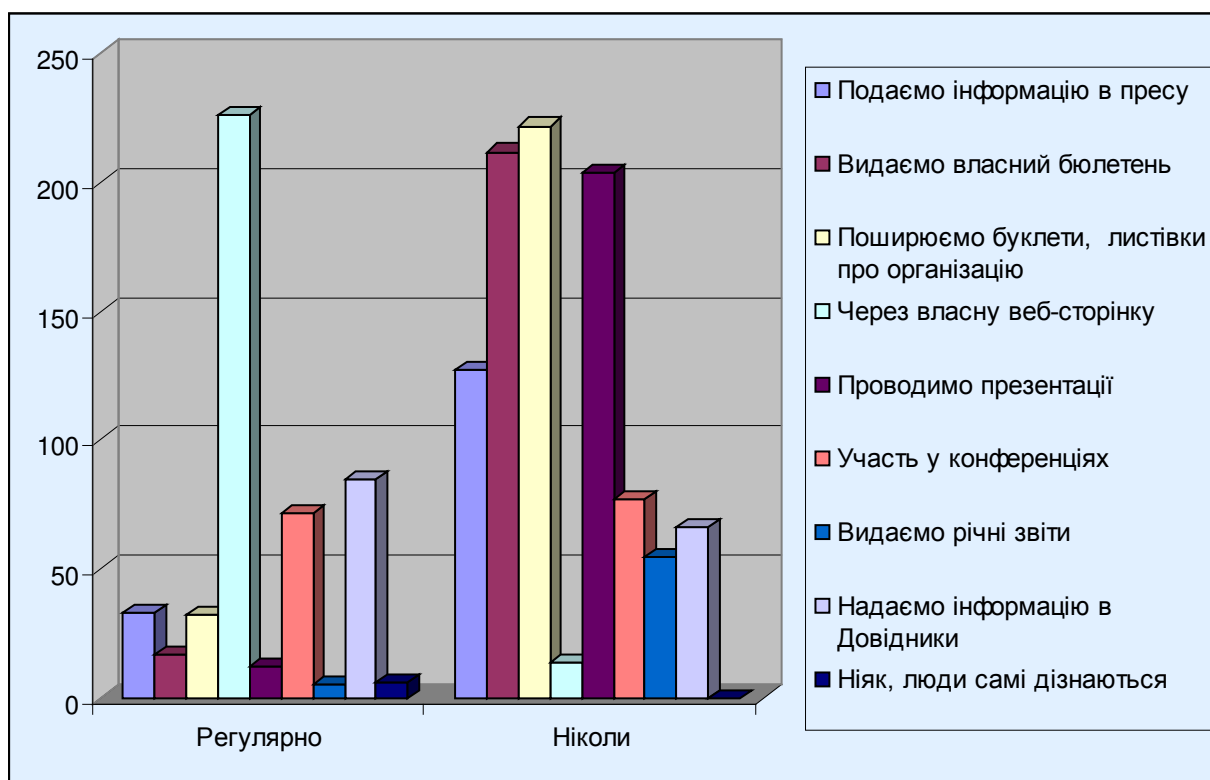


Рисунок Д.6 – Шляхи поширення інформації про корпоративну соціальну діяльність

Продовження Додатка Д

Таблиця Д.7 – Головні перешкоди розвитку соціальної відповідальності підприємств в Україні

№ п/п	Перешкоди розвитку КСВ	Регулярно	Досить часто	Інколи	Ніколи
1.	Відсутність моральних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів	120	105	43	32
2.	Відсутність економічних стимулів для заохочення благодійників / донорів / спонсорів	125	110	39	26
3.	Перешкоди з боку влади при здійсненні соціальної діяльності	12	21	49	218
4.	Перешкоди з боку громадськості при здійсненні соціальної діяльності	9	14	53	224
5.	Обмежені матеріальні ресурси для підтримки повсякденної діяльності організацій	101	98	53	48
6.	Низький рівень поінформованості громадськості про суть та мету соціальної відповідальності бізнесу	12	15	28	245
7.	Проблемне законодавство	86	76	62	76
8.	Відсутність в країні стандартів для здійснення соціальної відповідальності бізнесу	53	48	68	131
9.	Відсутність кваліфікованих співробітників у благодійних організаціях	54	42	99	105

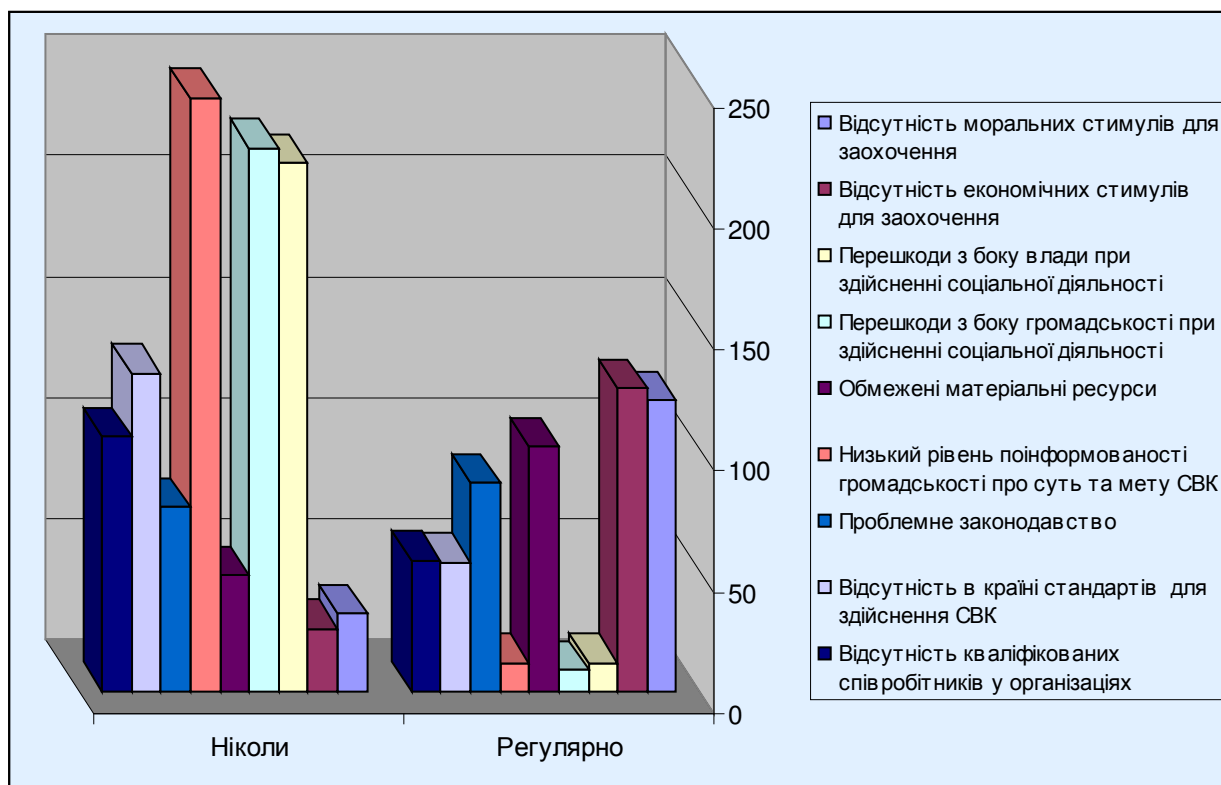


Рисунок Д.7. – Головні перешкоди розвитку соціальної відповідальності підприємств в Україні

Продовження Додатка Д

Таблиця Д.8 – Потреби організації для подальшого формування КСВ

№ п/п	Потреби організації	Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1.	Матеріально-технічне забезпечення (приміщення, обладнання, тощо)	9	23	151	117
2.	Досягнення фінансової стабільності	55	99	90	56
3.	Налагодження ефективного менеджменту організації	71	70	82	77
4.	Налагодження ефективного фінансового менеджменту	66	31	91	112
5.	Забезпечення сприятливої нормативно-правової бази на всіх рівнях	72	94	46	88
6.	Інформаційно-методичне забезпечення (література, буклети, друкована продукція)	19	9	89	183
7.	Ознайомлення з міжнародним досвідом	40	58	84	118
8.	Навчання та підвищення кваліфікації персоналу	98	79	83	40
9.	Налагодження співпраці із ЗМІ	38	53	86	123
10.	Налагодження співпраці з органами влади	22	40	87	151
11.	Налагодження співпраці з державними установами (закладами освіти, соціальними службами, закладами охорони здоров'я, тощо)	8	21	83	188
12.	Обмін досвідом з організаціями	59	87	32	122
13.	Створення / покращення іміджу організації	94	78	76	52

Закінчення Додатка Д

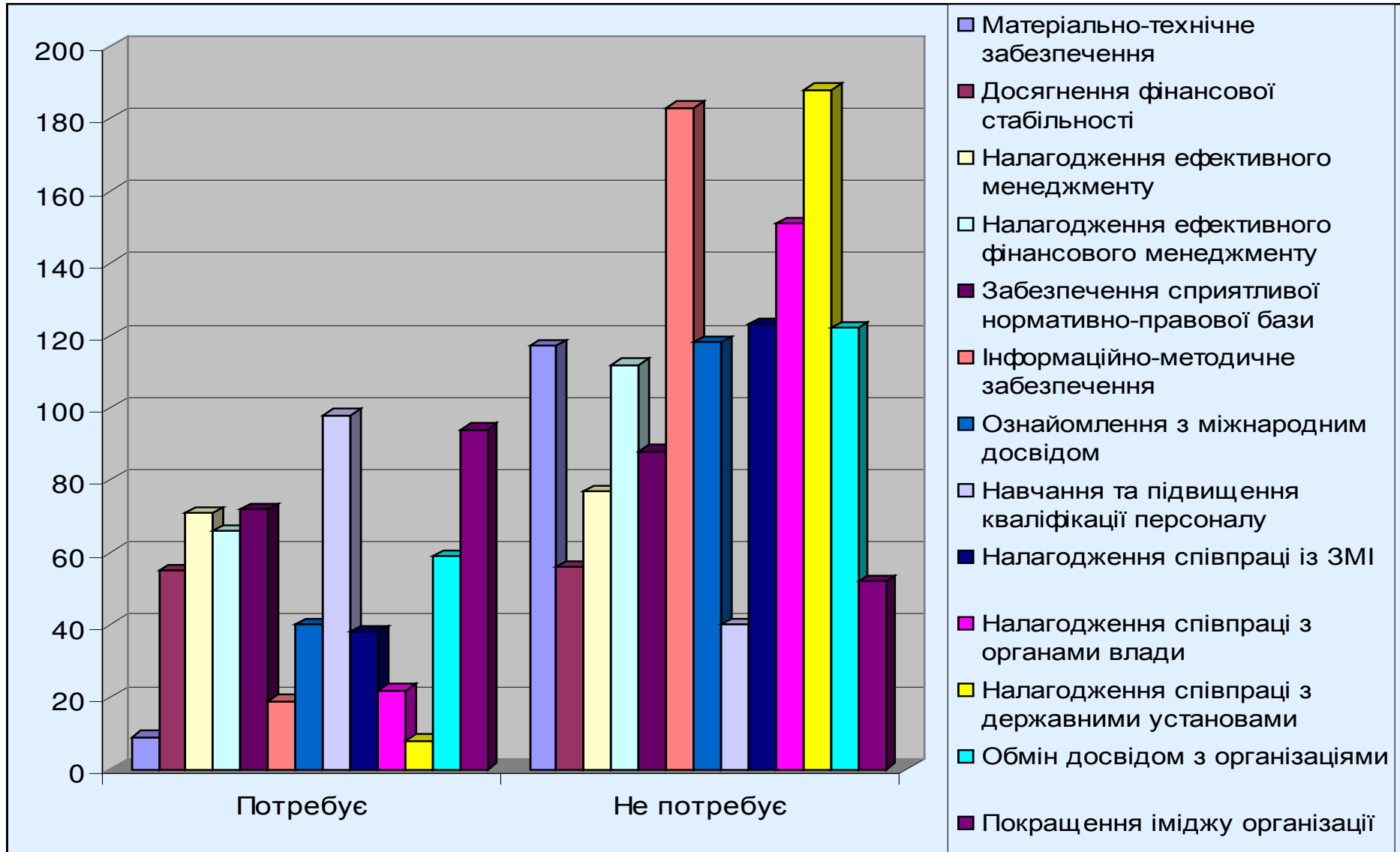


Рисунок Д.8 – Потреби організації для подальшого формування КСВ

Додаток Е

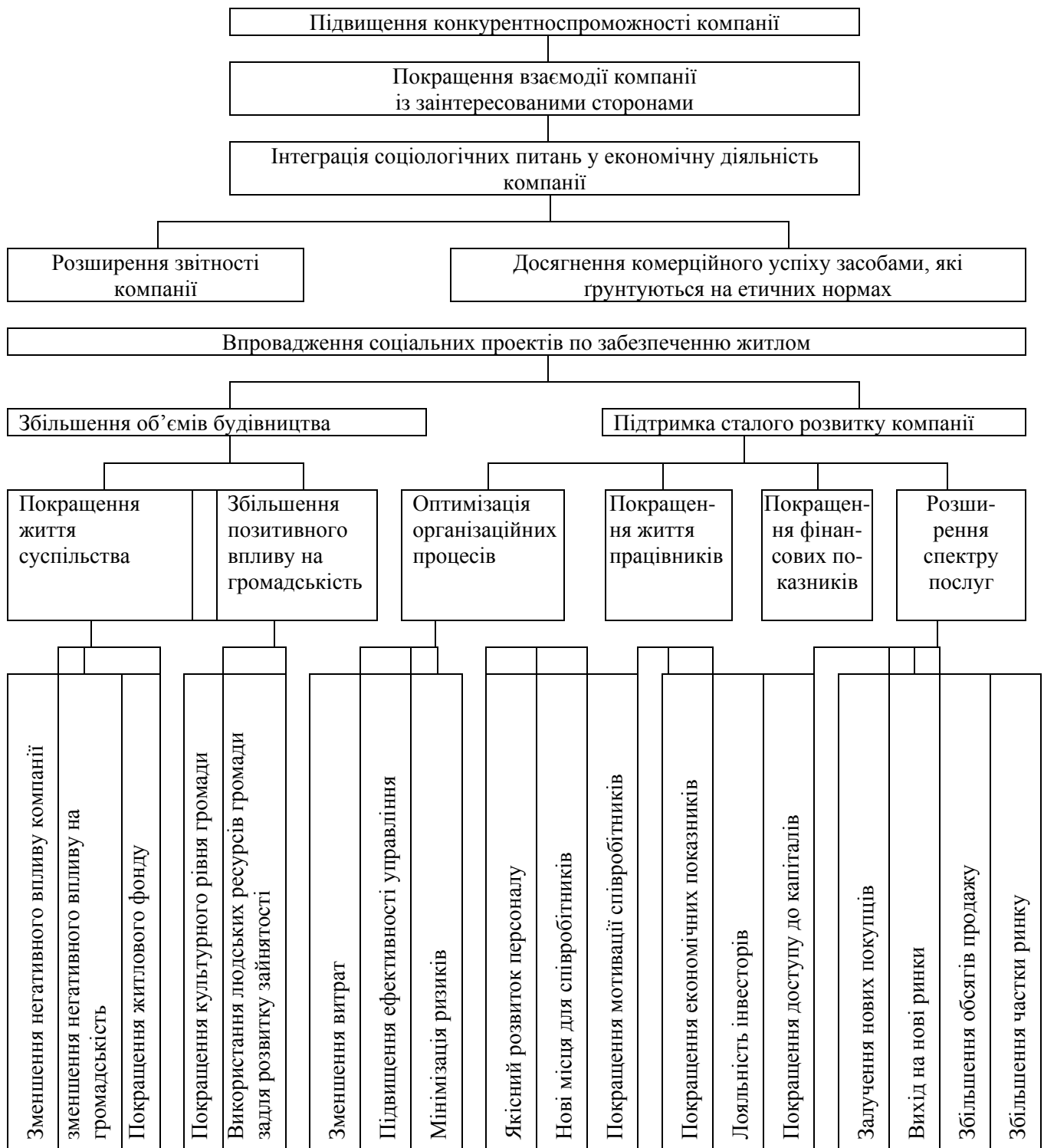


Рисунок Е.1 – Дерево цілей підвищення ефективності соціальних програм на основі розширення надання послуг

Додаток Ж

Таблиця Ж.1 – Основні обмеження до придбання власної нерухомості

№ п/п	Основні обмеження	Дуже перешкод- жають	Перешкод- жають	Не дуже перешкод- жають	Не перешкод- жають
1.	Висока вартість нерухомості	128	95	34	43
2.	Високі відсотки по кредитах	97	97	54	52
3.	Наявність першого внеску по кредиту	61	48	65	126
4.	Розмір суми першого внеску по кредиту	46	54	132	68
5.	Умови кредитування	78	47	73	102

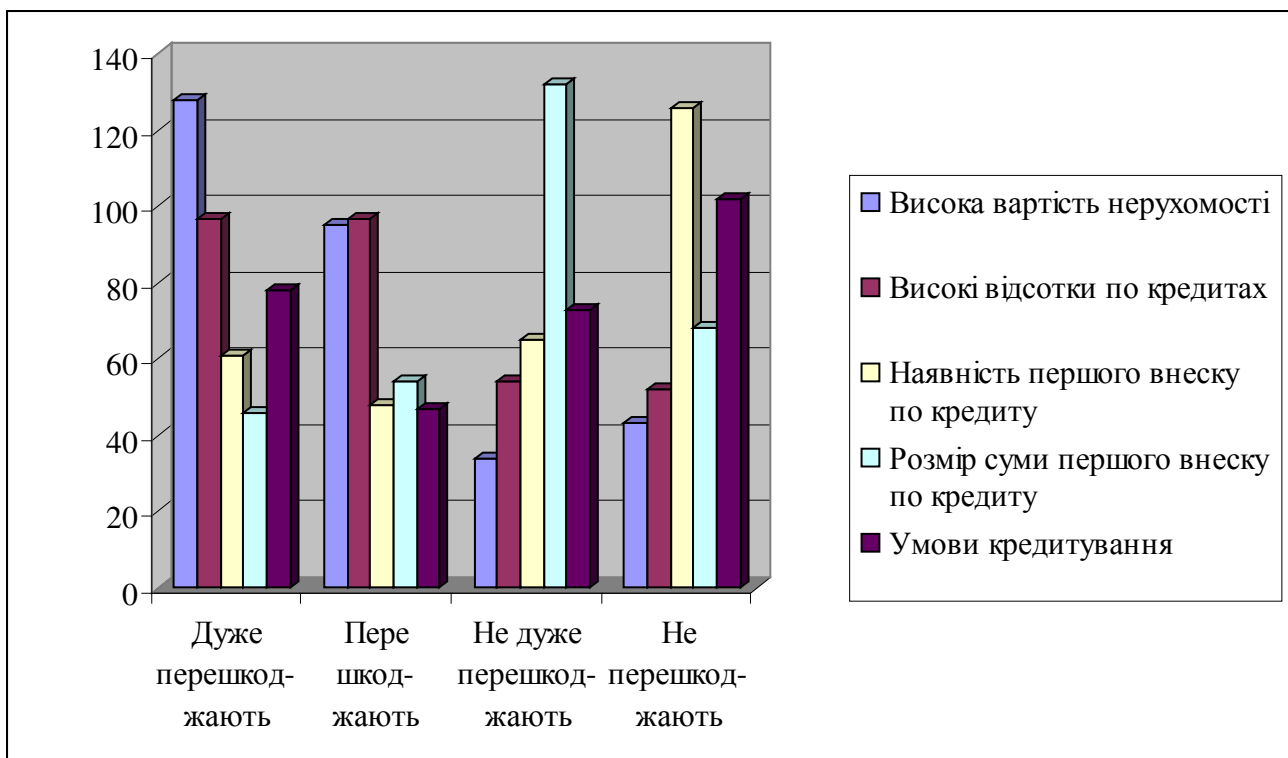


Рисунок Ж. 1 – Основні обмеження до придбання власної нерухомості

Закінчення Додатка Ж

Таблиця Ж.2 – Основні житлові проблеми, які турбують громадськість

№ п/п	Основні житлові проблеми	Потребує	Скоріше потребує	Скоріше не потребує	Не потребує
1.	Будівництво нерухомості для себе або найближчих родичів	19	33	95	153
2.	Придбання нерухомості для себе або найближчих родичів	143	77	31	49
3.	Придбання нерухомості в кредит для себе або найближчих родичів	88	74	66	72
4.	Оренда нерухомості для себе або найближчих родичів	75	36	27	162
5.	Заощадження коштів для майбутнього будівництва	76	87	80	57
6.	Заощадження коштів для майбутнього придбання житла	145	80	23	52

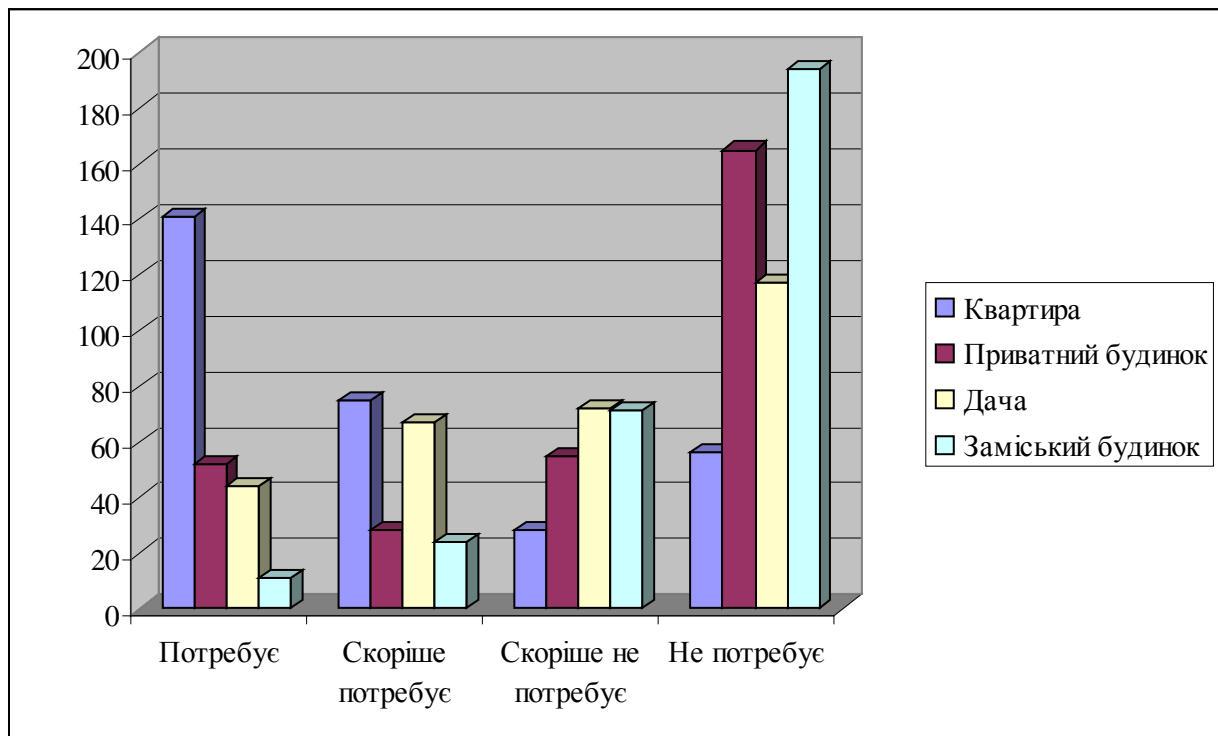


Рисунок Ж.2 – Основні потреби в нерухомості та її види

Додаток 3

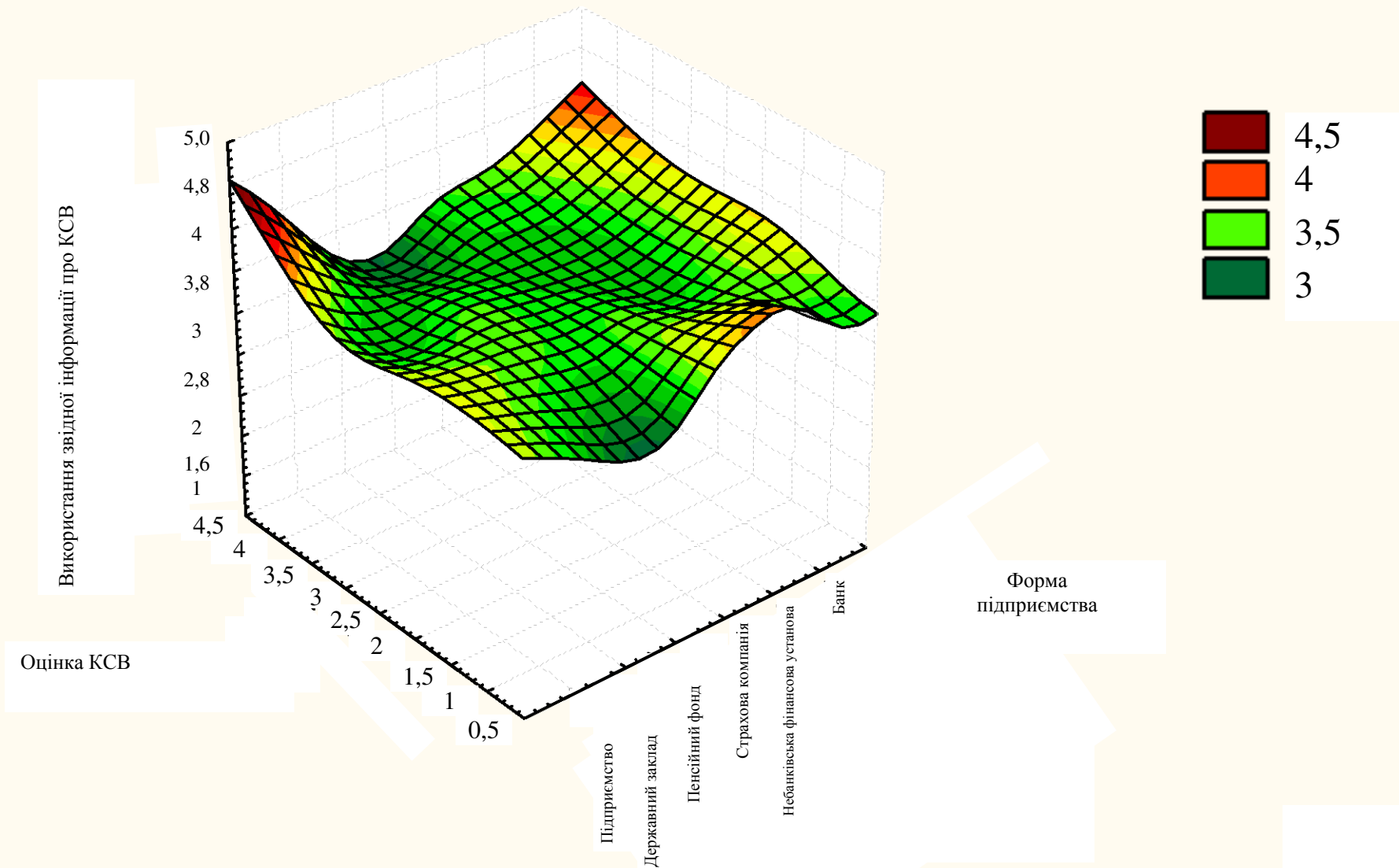


Рисунок 3.1 – Використання звідної інформації про КСВ в залежності від форми підприємства

Закінчення Додатка 3

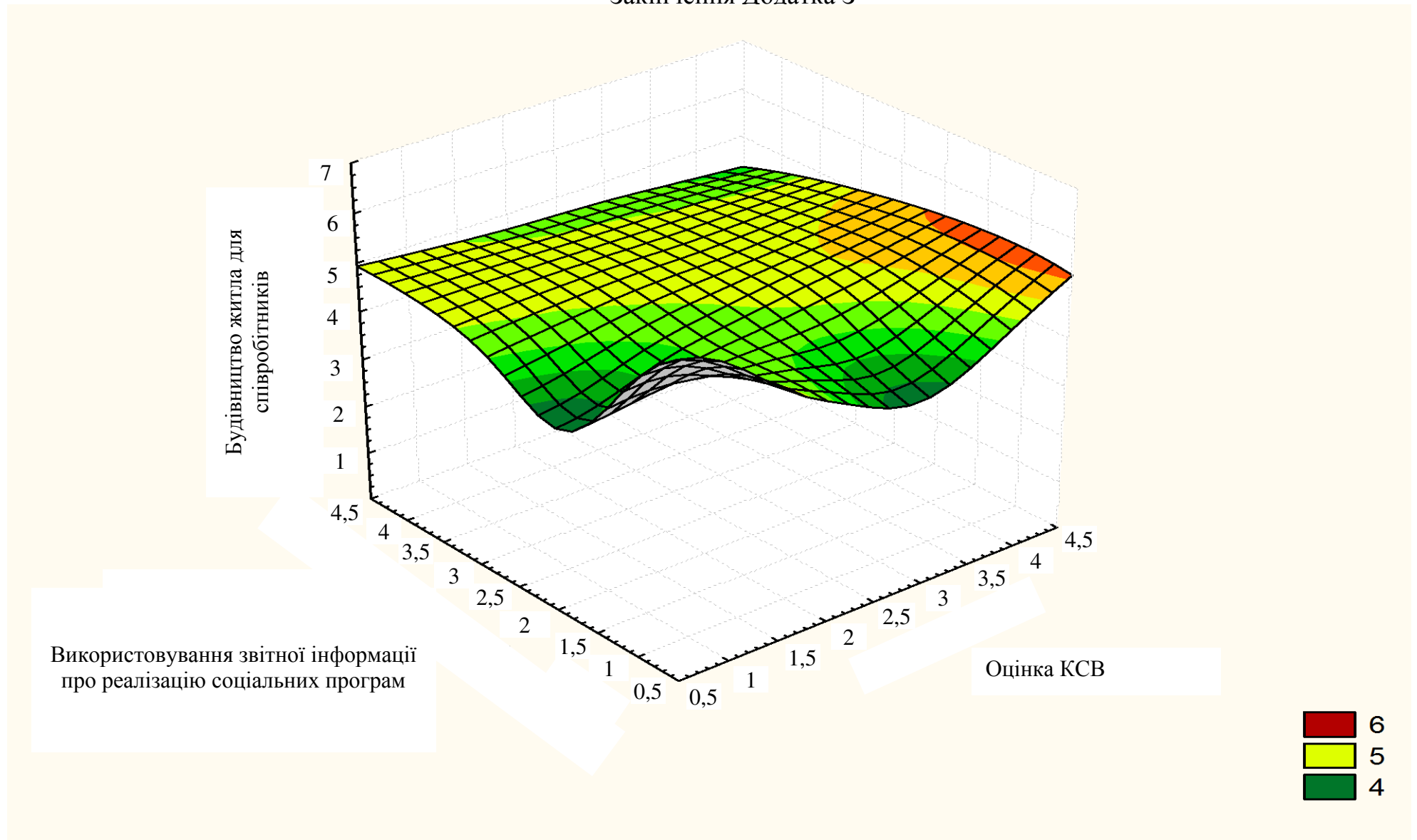


Рисунок 3.2 – Оцінка КСВ у галузі будівництва житла для співробітників

Додаток К

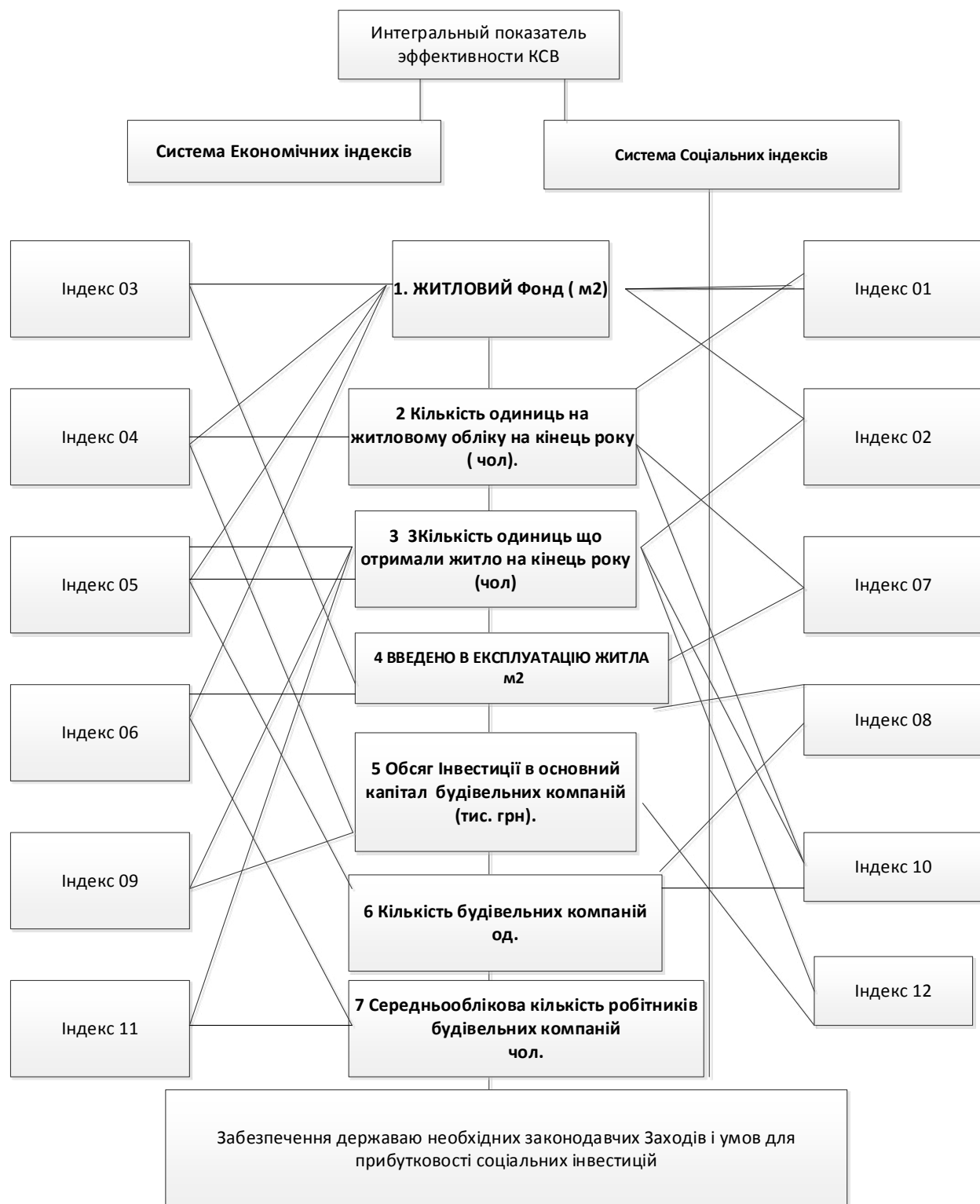


Рисунок К.1 – Система індексів для оцінки рівня корпоративної і соціальної відповідальності компаній

Продовження Додатка К

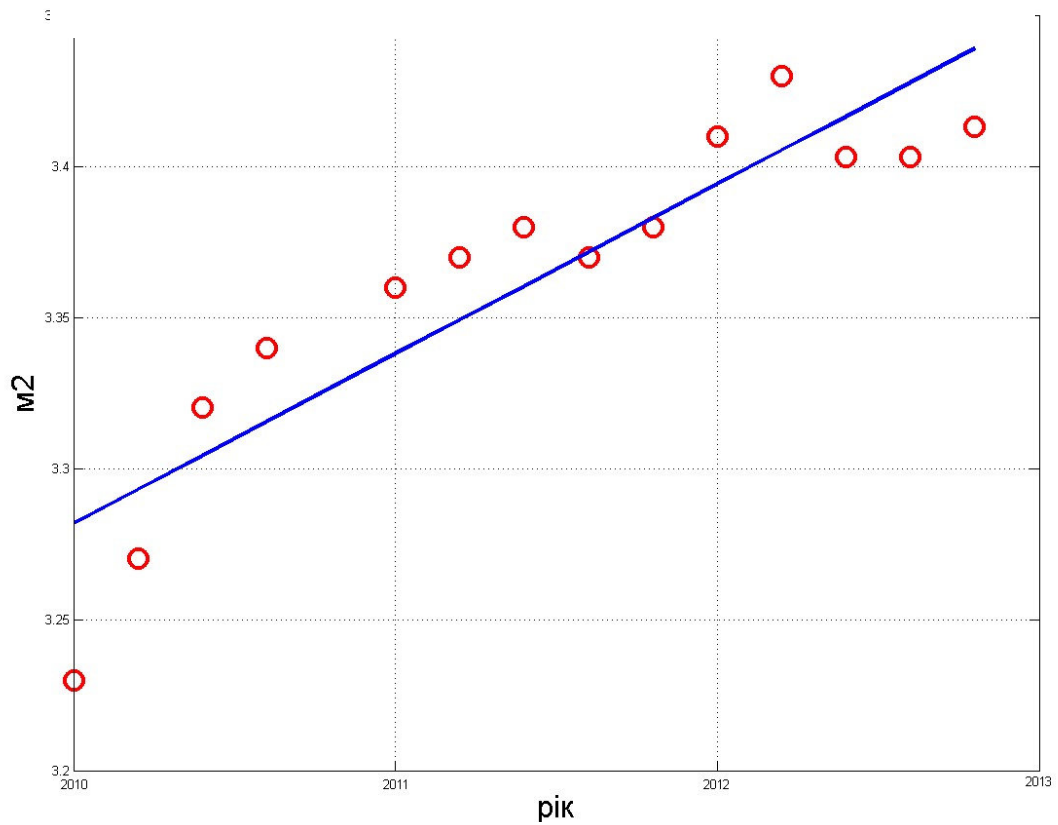


Рисунок К.1 – Весь житловий фонд, загальної площі

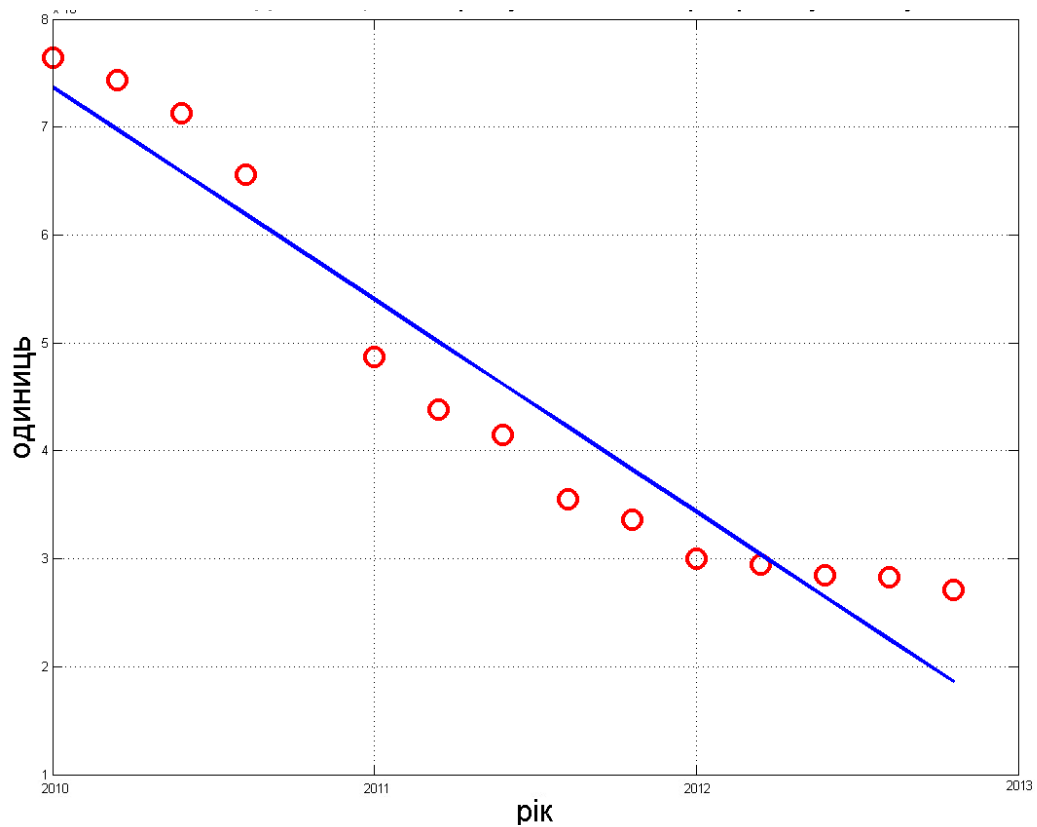


Рисунок К.2 – Кількість одиниць на житловому обліку

Продовження Додатка К

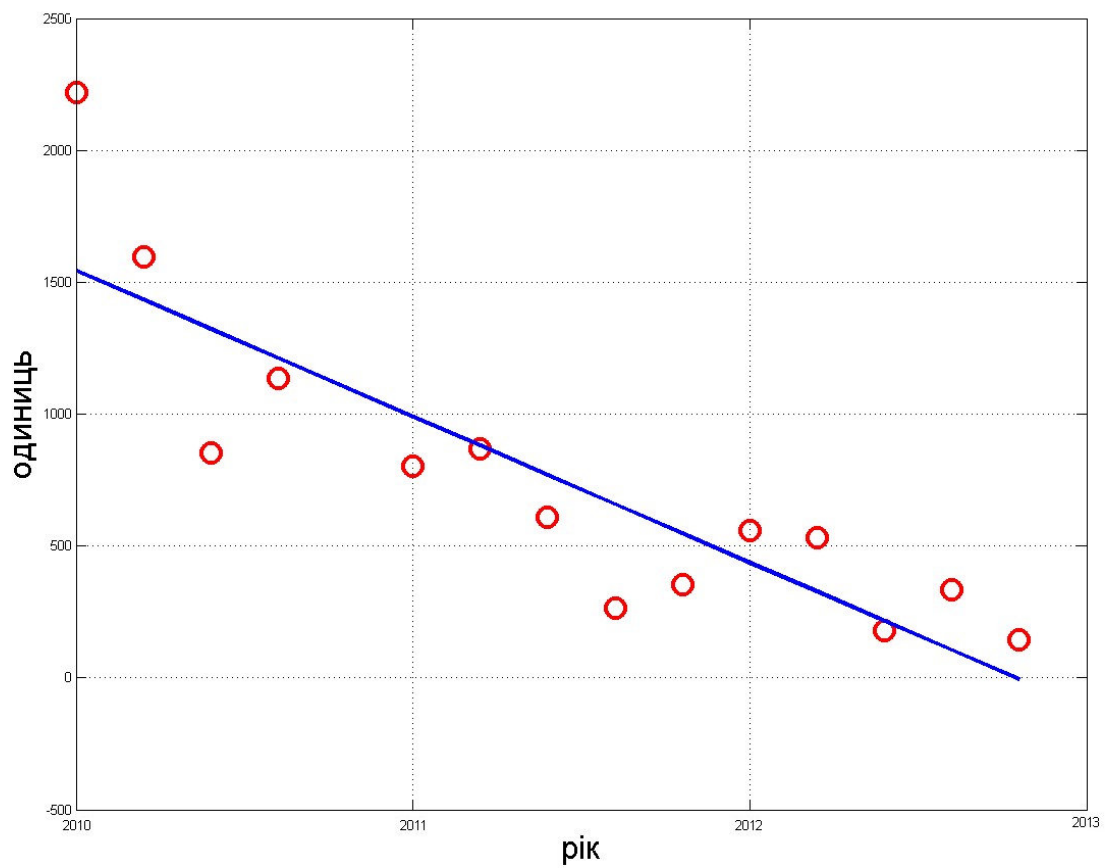


Рисунок К.3 – Кількість одиниць, що отримали житло

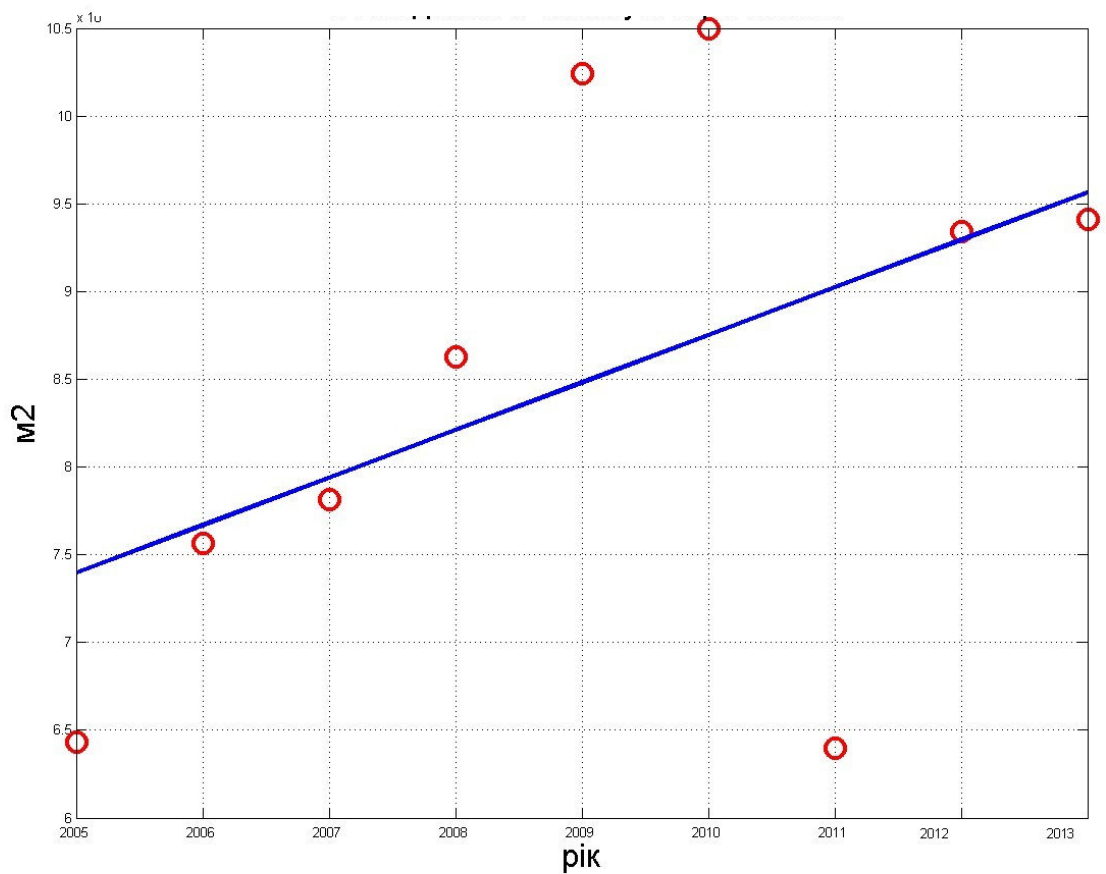


Рисунок К.4 – Введення в експлуатацію

Закінчення Додатка К

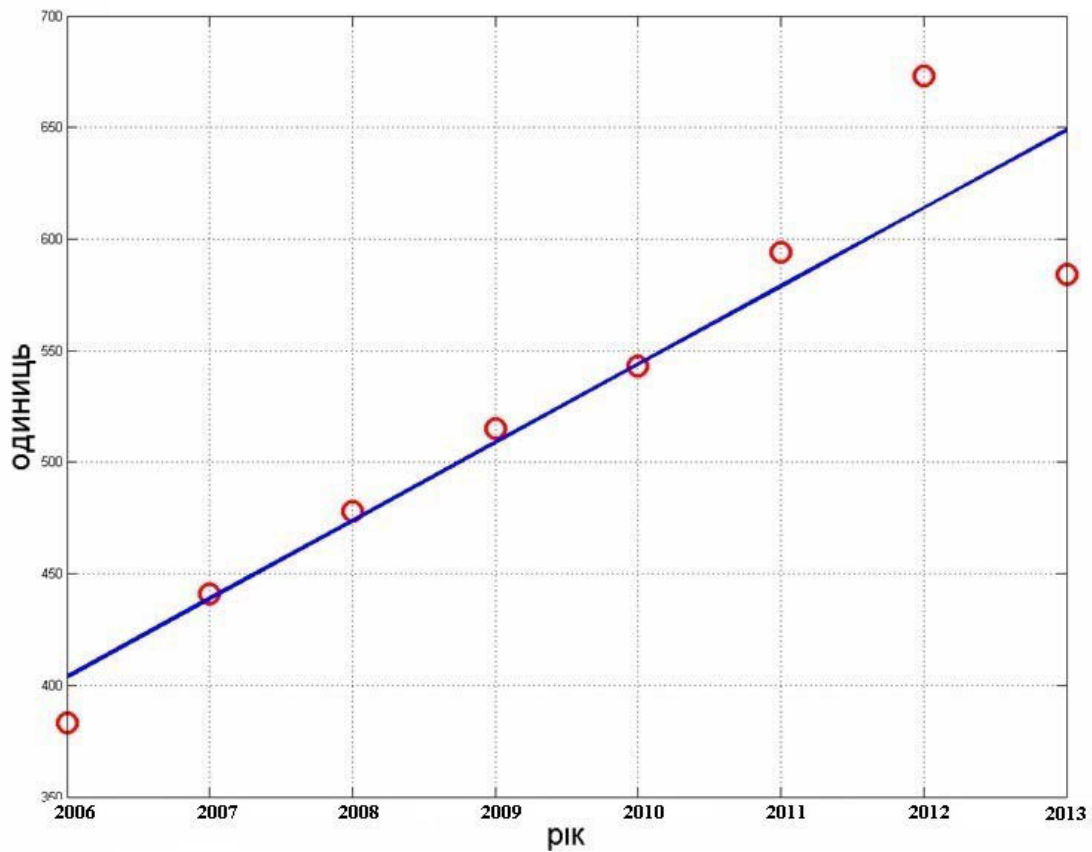


Рисунок К.5 – Кількість підприємств

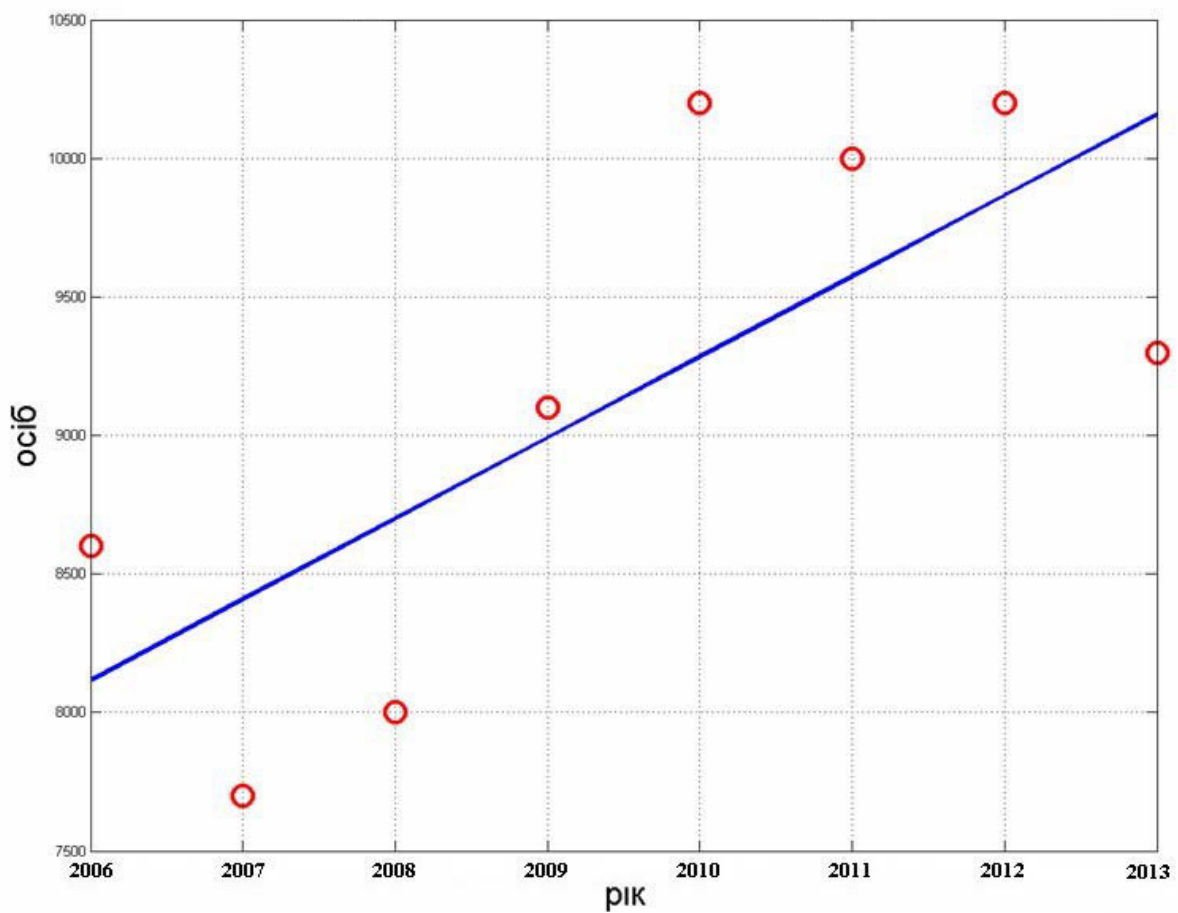


Рисунок К.6 – Середньооблікова кількість робітників

Додаток Л

Таблиця Л.1 – Незалежні змінні моделі

№	Позначення	Вимірювання	Назва/опис
Темпи			
1.	dJF	м ² /рік	01 1 Змінення житлового фонду м ² на рік
2.	dKO	одиниць /рік	02 2 Змінення кількості сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць на рік
3.	dOK	одиниць /рік	03 3 Змінення кількість сімей та однаків, які взяли житло протягом року
4.	dNJ	м ² /рік	04 4 Змінення введеного в експлуатацію житла м ² на рік
5.	dIN	грн./рік	05 5 Змінення інвестицій в основний капітал у фактичних цінах грн. на рік
6.	dSP	одиниць /рік	06 6 Змінення кількості підприємств одиниць на рік
7.	dCR	осіб/рік	07 7 Змінення середньооблікової чисельності працівників осіб на рік
Початкові значення рівнів			
8.	JF ₀	м ²	01 Весь житловий фонд загальної площі м ²
9.	KO ₀	одиниць	02 Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць
10.	OK ₀	одиниць	03 Кількість сімей та однаків які взяли житло протягом року, одиниць
11.	NJ ₀	м ²	04 Введення в експлуатацію житла м ²
12.	IN ₀	грн.	05 Інвестиції у основний капітал у фактичних цінах грн.
13.	SP ₀	одиниць	06 Кількість підприємств, одиниць
14.	CR ₀	Осіб	07 Середньооблікова чисельність працівників осіб
Керівні змінні			
15.	UPR	логічна	Забезпечення державою необхідних законодавчих рамок для прибутковості соціальних інвестицій

Продовження Додатка Л

Таблиця Л.2 – Залежні змінні моделі

№	Позначення	Вимірювання	Назва/опис
1	2	3	4
Рівні			
1.	JF	м ²	01 Весь житловий фонд загальної площі м ²
2.	KO	одиниць	02 Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць
3.	OK	одиниць	03 Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць
4.	NJ	м ²	04 Введення в експлуатацію житла м ²
5.	IN	грн.	05 Інвестиції в основний капітал в фактичних цінах грн.
6.	SP	одиниць	06 Кількість підприємств
7.	CR	осіб	07 Середньооблікова чисельність працівників
Не негативні рівні			
8.	JFn	м ²	Auxiliary_1
9.	Kon	одиниць	Auxiliary_2
10.	Okn	одиниць	Auxiliary_3
11.	NJn	м ²	Auxiliary_4
12.	Inn	грн.	Auxiliary_5
13.	SPn	одиниць	Auxiliary_6
14.	CRn	осіб.	Auxiliary_7
Індекси			
15.	I01	м ² /особ.	Індекс 01
16.	I02	м ² /особ.	Індекс 02
17.	I03	м ² / м ²	Індекс 03
18.	I04	м ² /грн.	Індекс 04
19.	I05	м ² /грн.	Індекс 05
20.	I06	м ² /особ.	Індекс 06
21.	I07	%	Індекс 07
22.	I08	м ² /особ.	Індекс 08
23.	I09	грн./особ.	Індекс 09
24.	I10	шт./особ.	Індекс 10
25.	I11	особ./особ.	Індекс 11
26.	I12	м ² /особ	Індекс 12
Вихідні змінні ненормовані			
27.	IC	безрозм	Соціальні індекси
28.	IE	безрозм	Економічні індекси
29.	IR	безрозм	Інтегральний показник ефективності КСВ
			Змінні нормування
30.	dIC	1/рік	Rate_3
31.	dIE	1/рік	Rate_2
32.	dIR	1/рік	Rate_1
Вихідні змінні, що нормуються			
33.	Icn	безрозм	Social
34.	Ien	безрозм	Econom
35.	Irn	безрозм	Integr

Продовження Додатка Л

Таблиця Л.3 – Основні рівняння залежних змінних

№ п/п	Назва параметру	Математичне вираження	Математичне пояснення
1	2	3	4
1.	01 Весь житловий фонд загальної площі м ²	$J(F) = \int_{t_0}^t dF + tJ_0$	JF – 01 Весь житловий фонд загальної площі м ² dJF – 01_1 Змінення житлового фонду м ² на рік JF_0 – 01 Весь житловий фонд загальної площі м ²
2.	02 Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року (одиниць)	$K(t) = \int_{t_0}^t dK + tK_0$	KO – 02 Кількість сімей та однаків, перебуваючих на квартирному обліку на кінець року, одиниць dKO – 02_2 Змінення кількості сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць на рік KO_0 – 02 Кількість сімей які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць
3.	03 Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року (одиниць)	$O(t) = \int_{t_0}^t dO + tO_0$	OK – 03 Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць dOK – 03_3 Змінення кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року (одиниць на рік) OK_0 – 03 Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць
4.	04 Введення в експлуатацію житла м ²	$N(t) = \int_{t_0}^t dN + tN_0$	NJ – 04 Введення в експлуатацію житла м ² dNJ – 04_4 Змінення введенного в експлуатацію житла (м ² на рік) NJ_0 – 04 Введення в експлуатацію житла м ²
5.	05 Інвестиції в основний капітал в фактичних цінах, грн.	$I(N) = \int_{t_0}^t dI + tI_0$	IN – 05 Інвестиції в основний капітал в фактичних цінах, грн. dIN – 05_5 Змінення інвестицій в основний капітал в фактичних цінах грн. на рік IN_0 – 05 Інвестиції в основний капітал в фактичних цінах, грн.
6.	06 Кількість підприємств, одиниць	$S(P) = \int_{t_0}^t dS + tS_0$	SP – 06 Кількість підприємств, одиниць dSP – 06_6 Змінення кількості підприємств, одиниць на рік SP_0 – 06 Кількість підприємств, одиниць
7.	07 Середньооблікова чисельність працівників, осіб	$C(t) = \int_{t_0}^t dC + tC_0$	CR – 07 Середньооблікова чисельність працівників, осіб dCR – 07_7 Змінення середньооблікової чисельності працівників, осіб на рік CR_0 – 07 Середньооблікова чисельність працівників, осіб

Продовження Додатка Л

Продовження таблиці Л.3.			
1	2	3	4
Формування невід'ємної границі зміни параметрів моделі			
8.	Auxiliary_1	$J(t) = \begin{cases} J(t) - J(t) \geq 0 \\ 0, J(t) \leq 0 \end{cases}$	$JF - 01$ Весь житловий фонд загальної площі м ²
9.	Auxiliary_2	$K(t) = \begin{cases} K(t) - K(t) \geq 0 \\ 0, K(t) \leq 0 \end{cases}$	$KO - 02$ Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць
10.	Auxiliary_3	$O(t) = \begin{cases} O(t) - O(t) \geq 0 \\ 0, O(t) \leq 0 \end{cases}$	$OK - 03$ Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць
11.	Auxiliary_4	$N(t) = \begin{cases} N(t) - N(t) \geq 0 \\ 0, N(t) \leq 0 \end{cases}$	$NJ - 04$ Введення в експлуатацію житла м ²
12.	Auxiliary_5	$I(t) = \begin{cases} I(t) - I(t) \geq 0 \\ 0, I(t) \leq 0 \end{cases}$	$IN - 05$ Інвестиції в основний капітал в фактичних цінах, грн.
13.	Auxiliary_6	$S(t) = \begin{cases} S(t) - S(t) \geq 0 \\ 0, S(t) \leq 0 \end{cases}$	$SP - 06$ Кількість підприємств, одиниць
14.	Auxiliary_7	$C(t) = \begin{cases} C(t) - C(t) \geq 0 \\ 0, C(t) \leq 0 \end{cases}$	$CR - 07$ Середньооблікова чисельність працівників, осіб
Індекси			
1	2	3	4
15.	Індекс 01	$I_{01} = \begin{cases} \left(\frac{JF(t)}{KO(t)} - x_1 \right) / y_1, KO(t) \neq 0 \\ 0, KO(t) = 0 \end{cases}$ $y_1 = \frac{\min_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{JF(t)}{KO(t)} - \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{JF(t)}{KO(t)}}{a - b}$ $x_1 = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{JF(t)}{KO(t)} - b \times y_1$ $a = 0, b = 100$	$JFn - 01$ Весь житловий фонд загальної площі м ² $KOn - 02$ Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць
16.	Індекс 02	$I_{02} = \begin{cases} \left(\frac{JF(t)}{OK(t)} - x_2 \right) / y_2, OK(t) \neq 0 \\ 0, OK(t) = 0 \end{cases}$ $y_2 = \frac{\min_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{JF(t)}{OK(t)} - \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{JF(t)}{OK(t)}}{a - b}$ $x_2 = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{JF(t)}{OK(t)} - b \times y_2$ $a = 0, b = 100$	$JFn - 01$ Весь житловий фонд загальної площі м ² $OKn - 03$ Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць

Продовження Додатка Л

Продовження таблиці Л.3.

1	2	3	4
17.	Індекс 03	$I03 = \begin{cases} \left(\frac{NJn(t)}{JFn(t)} - x_3 \right) / y_3, JFn(t) \neq 0 \\ 0, JFn(t) = 0 \end{cases}$ $y_3 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{NJn(t)}{JFn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{NJn(t)}{JFn(t)}}{a - b}$ $x_3 = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{NJn(t)}{JFn(t)} - b \times y_3$ $a = 0, b = 100$	<p><i>NJn</i> – 04 Введення в експлуатацію житла м²</p> <p><i>JFn</i> – 01 Весь житловий фонд загальної площі м²</p>
18.	Індекс 04	$I04 = \begin{cases} \left(\frac{JFn(t)}{INn(t)} - x_4 \right) / y_4, INn(t) \neq 0 \\ 0, INn(t) = 0 \end{cases}$ $y_4 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{INn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{INn(t)}}{a - b}$ $x_4 = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{INn(t)} - b \times y_4$ $a = 0, b = 100$	<p><i>JFn</i> – 01 Весь житловий фонд загальної площі м²</p> <p><i>INn</i> – 05 Інвестиції в основний капітал в фактичних цінах, грн.</p>
19.	Індекс 05	$I05 = \begin{cases} \left(\frac{JFn(t)}{SPn(t)} - x_5 \right) / y_5, SPn(t) \neq 0 \\ 0, SPn(t) = 0 \end{cases}$ $y_5 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{SPn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{SPn(t)}}{a - b}$ $x_5 = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{SPn(t)} - b \times y_5$ $a = 0, b = 100$	<p><i>JFn</i> – 01 Весь житловий фонд загальної площі м²</p> <p><i>SPn</i> – 06 Кількість підприємств, одиниць</p>
20.	Індекс 06	$I06 = \begin{cases} \left(\frac{JFn(t)}{CRn(t)} - x_6 \right) / y_6, CRn(t) \neq 0 \\ 0, CRn(t) = 0 \end{cases}$ $y_6 = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{CRn(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{CRn(t)}}{a - b}$ $x_6 = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{JFn(t)}{CRn(t)} - b \times y_6$ $a = 0, b = 100$	<p><i>JFn</i> – 01 Весь житловий фонд загальної площі м²</p> <p><i>CRn</i> – 07 Середньооблікова чисельність працівників, осіб</p>

Продовження Додатка Л

Продовження таблиці Л.3.

1	2	3	4
21.	Індекс 07	$I_{07} = \begin{cases} \left(\frac{OK(t)}{KO(t)} - x_7 \right) / y_7, KO(t) \neq 0 \\ 0, KO(t) = 0 \end{cases}$ $y_7 = \frac{\min_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{OK(t)}{KO(t)} - \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{OK(t)}{KO(t)}}{a - b}$ $x_7 = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{OK(t)}{KO(t)} - b \times y_7$ $a = 0, b = 100$	<p>$OKn - 03$ Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць</p> <p>$KOn - 02$ Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць</p>
22.	Індекс 08	$I_{08} = \begin{cases} \left(\frac{NJ(t)}{KO(t)} - x_8 \right) / y_8, KO(t) \neq 0 \\ 0, KO(t) = 0 \end{cases}$ $y_8 = \frac{\min_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{NJ(t)}{KO(t)} - \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{NJ(t)}{KO(t)}}{a - b}$ $x_8 = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{NJ(t)}{KO(t)} - b \times y_8$ $a = 0, b = 100$	<p>$NJn - 04$ Введення в експлуатацію житла м²</p> <p>$KOn - 02$ Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць</p>
23.	Індекс 09	$I_{09} = \begin{cases} \left(\frac{IN(t)}{KO(t)} - x_9 \right) / y_9, KO(t) \neq 0 \\ 0, KO(t) = 0 \end{cases}$ $y_9 = \frac{\min_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{IN(t)}{KO(t)} - \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{IN(t)}{KO(t)}}{a - b}$ $x_9 = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{IN(t)}{KO(t)} - b \times y_9$ $a = 0, b = 100$	<p>$INn - 05$ Інвестиції в основний капітал в фактичних цінах, грн.</p> <p>$KOn - 02$ Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку</p>
24.	Індекс 10	$I_{10} = \begin{cases} \left(\frac{SP(t)}{KO(t)} - x_{10} \right) / y_{10}, KO(t) \neq 0 \\ 0, KO(t) = 0 \end{cases}$ $y_{10} = \frac{\min_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{SP(t)}{KO(t)} - \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{SP(t)}{KO(t)}}{a - b}$ $x_{10} = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} \frac{SP(t)}{KO(t)} - b \times y_{10}$ $a = 0, b = 100$	<p>$SPn - 06$ Кількість підприємств, одиниць</p> <p>$KOn - 02$ Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць</p>

Продовження Додатка Л

Продовження таблиці Л.3.

1	2	3	4
25.	Індекс 11	$I11 = \begin{cases} \left(\frac{CR(t)}{KO(t)} - x_{11} \right) / y_{11}, KO(t) \neq 0 \\ 0, KO(t) = 0 \end{cases}$ $y_{11} = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{CR(t)}{KO(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{CR(t)}{KO(t)}}{a - b}$ $x_{11} = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{CR(t)}{KO(t)} - b \times y_{11}$ $a = 0, b = 100$	<p>CRn – 07 Середньооблікова чисельність працівників осіб</p> <p>KOn – 02 Кількість сімей та однаків, які перебували на квартирному обліку на кінець року, одиниць</p>
26.	Індекс 12	$I12 = \begin{cases} \left(\frac{NJ(t)}{OK(t)} - x_{12} \right) / y_{12}, OK(t) \neq 0 \\ 0, OK(t) = 0 \end{cases}$ $y_{12} = \frac{\min_{t0 \leq t \leq tn} \frac{NJ(t)}{OK(t)} - \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{NJ(t)}{OK(t)}}{a - b}$ $x_{12} = \max_{t0 \leq t \leq tn} \frac{NJ(t)}{OK(t)} - b \times y_{12}$ $a = 0, b = 100$	<p>NJn – 04 Введення в експлуатацію житла м²</p> <p>OKn – 03 Кількість сімей та однаків, які одержали житло протягом року, одиниць</p>
Вихідні змінні, що ненормовані.			
27.	Соціальні індекси	$I^{IC} = k_1^I \times I0 + k_2^I \times I0 + k_3^I \times I0 + k_4^I \times I0 + k_5^I \times I1 + k_6^I \times I1$ $\sum_{i=1}^6 k_i^{IC} = 1$	<p>I01 – Індекс 01</p> <p>I02 – Індекс 02</p> <p>I07 – Індекс 07</p> <p>8 – Індекс 08</p> <p>I10 – Індекс 10</p> <p>I12 – Індекс 12</p>
28.	Економічні індекси	$I^{IE} = k_1^I \times I0 + k_2^I \times I0 + k_3^I \times I0 + k_4^I \times I0 + k_5^I \times I9 + k_6^I \times I1$ $\sum_{i=1}^6 k_i^{IE} = 1$	<p>I03 – Індекс 03</p> <p>I04 – Індекс 04</p> <p>I05 – Індекс 05</p> <p>I06 – Індекс 06</p> <p>I09 – Індекс 09</p> <p>I11 – Індекс 11</p>
29.	Інтегральний показник оцінки ефективності впровадження КСВ має вигляд	$I^{IR} = k_1^I \times I^R + k_2^I \times I^R$ $\sum_{i=1}^2 k_i^{IR} = 1$	<p>IE – Економічні індекси</p> <p>IC – Соціальні індекси</p>

Закінчення Додатка Л

Продовження таблиці Л.3.

1	2	3	4
Змінні нормування інтегральних показників.			
30.	Rate_3	$d I C) = \frac{I C(t)}{k^{d I C}} \times 10$ $k^{d I C} = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} k C(t)$	IC – Соціальні індекси
31.	Rate_2	$d I E) = \frac{I E(t)}{k^{d I E}} \times 10$ $k^{d I E} = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} k E(t)$	IE – Економічні індекси
32.	Rate_1	$d I R) = \frac{I R(t)}{k^{d I R}} \times 10$ $k^{d I R} = \max_{t_0 \leq t \leq t_n} k R(t)$	IR – Інтегральний показник ефективності КСВ
Вихідні змінні, що нормировані			
33.	Social	$I C(t) = \int_{t_0}^{t_n} d I C(t)$	dIC – Соціальні індекси
34.	Econom	$I E(t) = \int_{t_0}^{t_n} d I E(t)$	dIE – Економічні індекси
35.	Integr	$I R(t) = \int_{t_0}^{t_n} d I R(t)$	dIR – Інтегральний показник ефективності КСВ

Додаток М

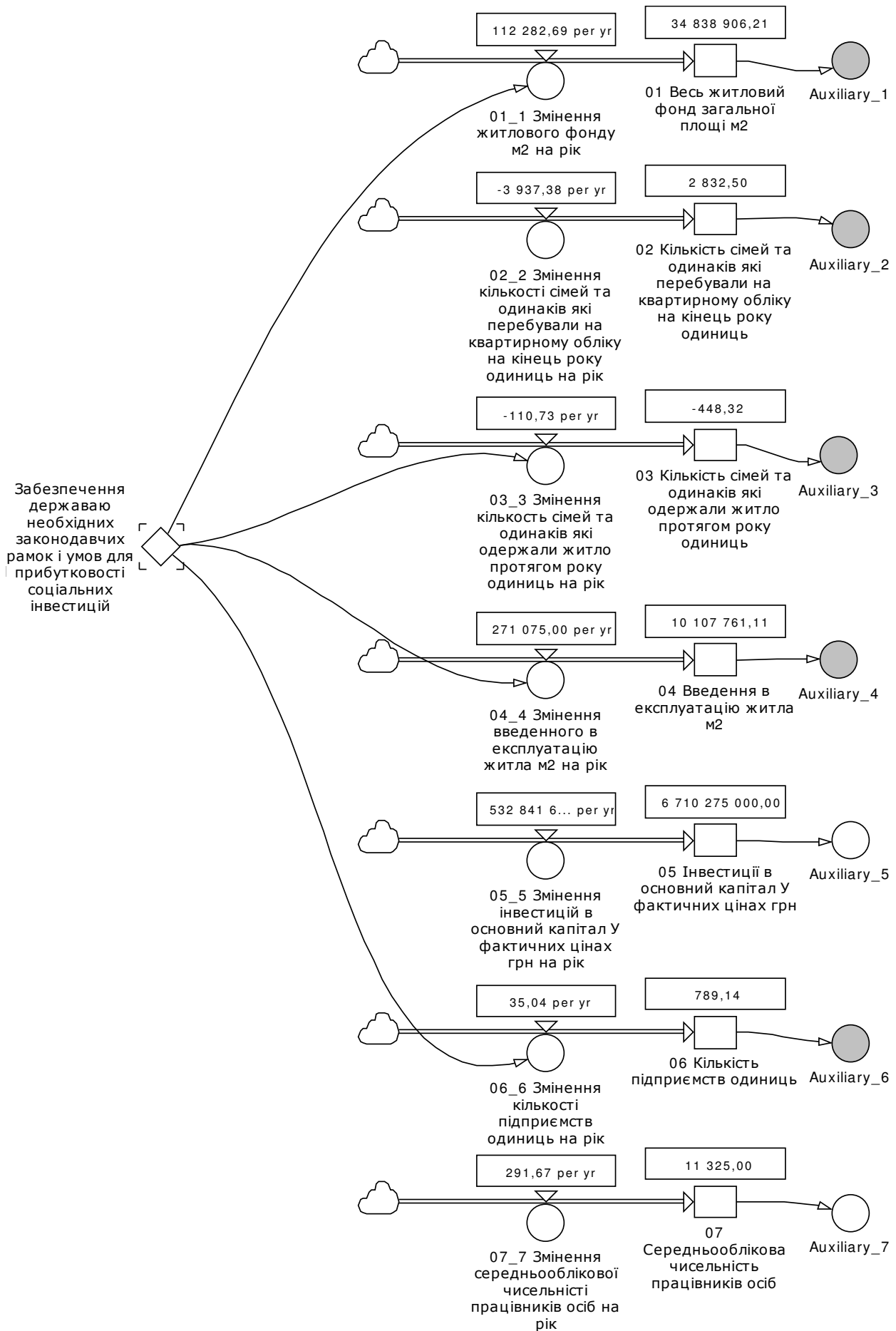


Рисунок М.1 – Блок моделювання показників

Продовження Додатка М

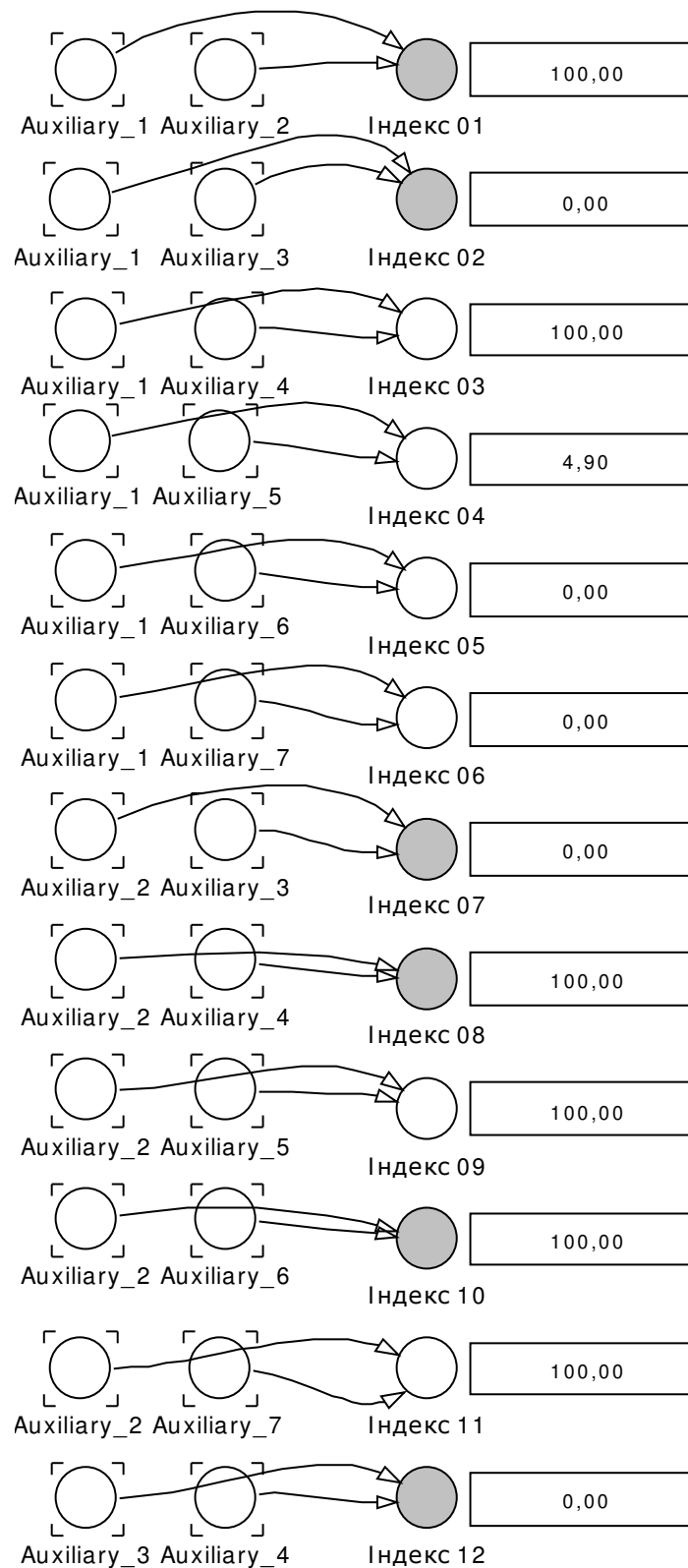


Рисунок М.2 – Блок розрахунку індексів

Закінчення Додатка М

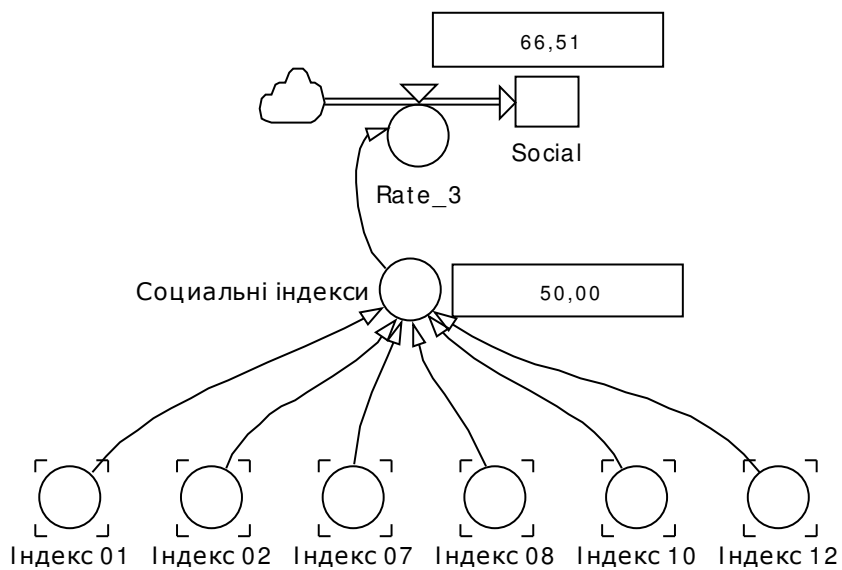
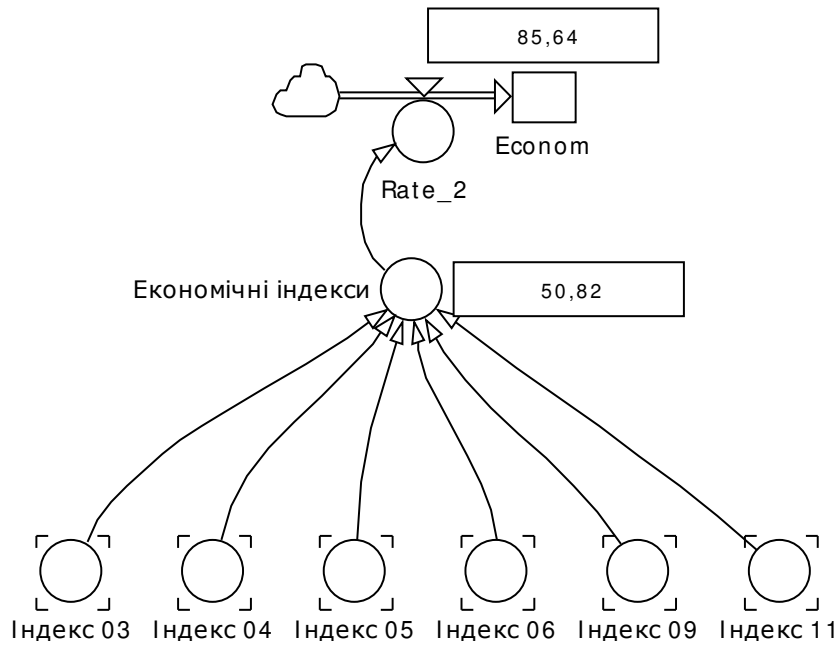
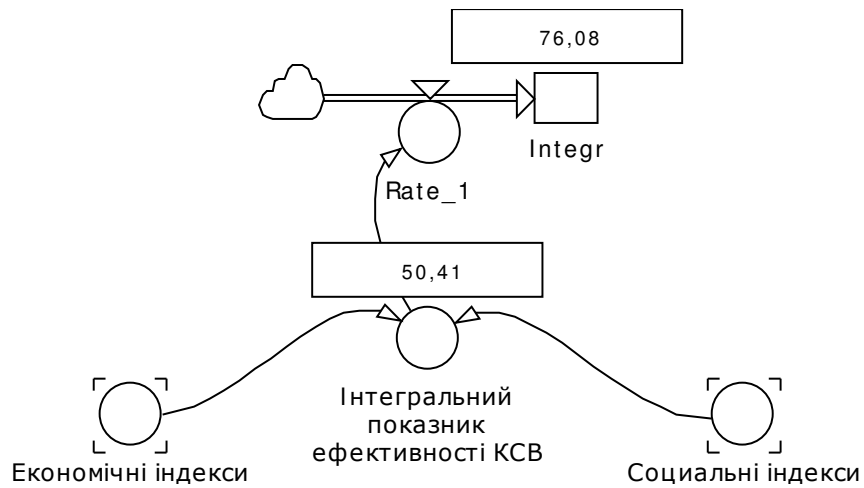


Рисунок М.3 – Блок розрахунку інтегральних показників

Додаток Н

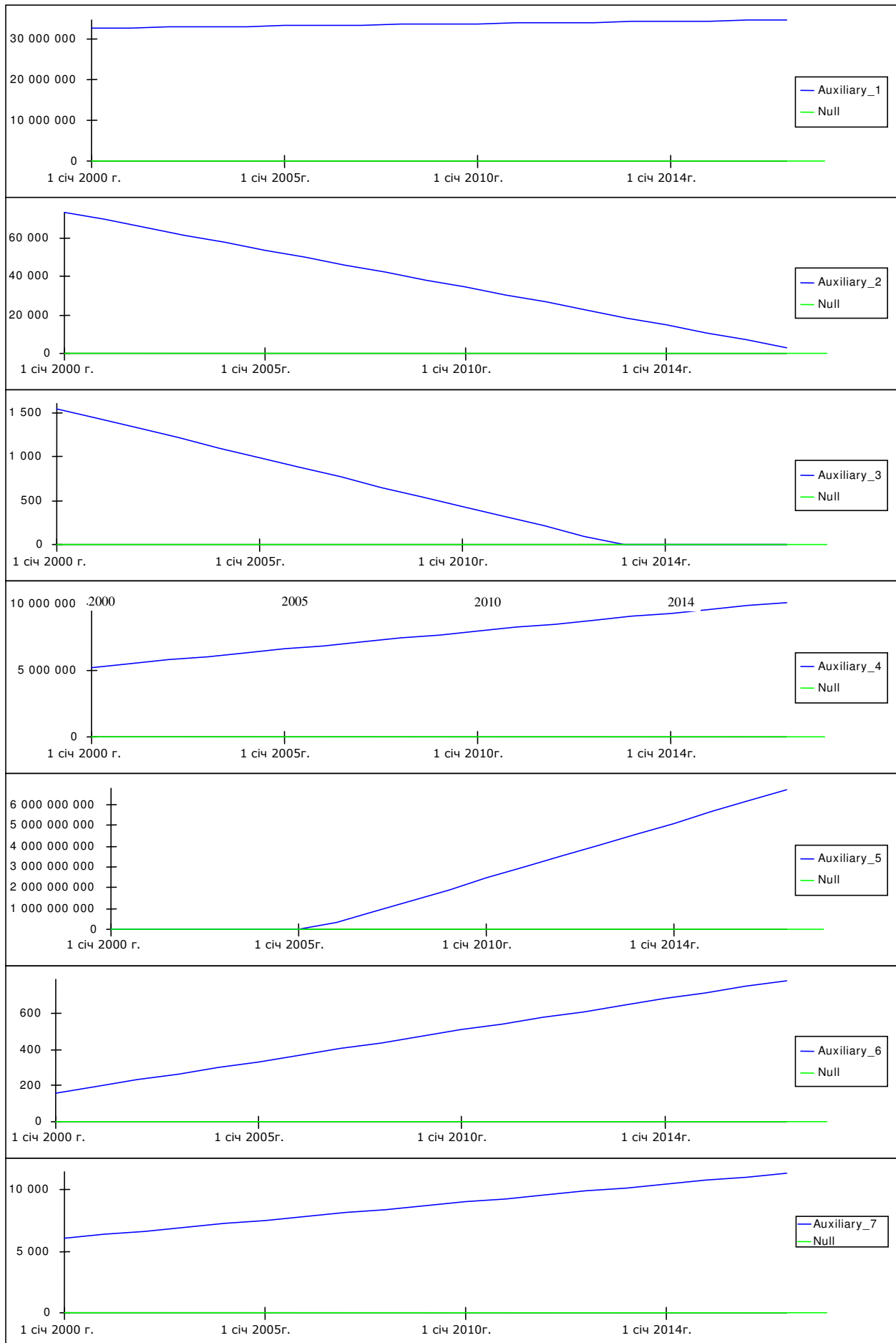


Рисунок Н.1 – Результати роботи системно-динамічної моделі оцінки рівня КСВ по змінних, що формують невід’ємні значення основних змінних

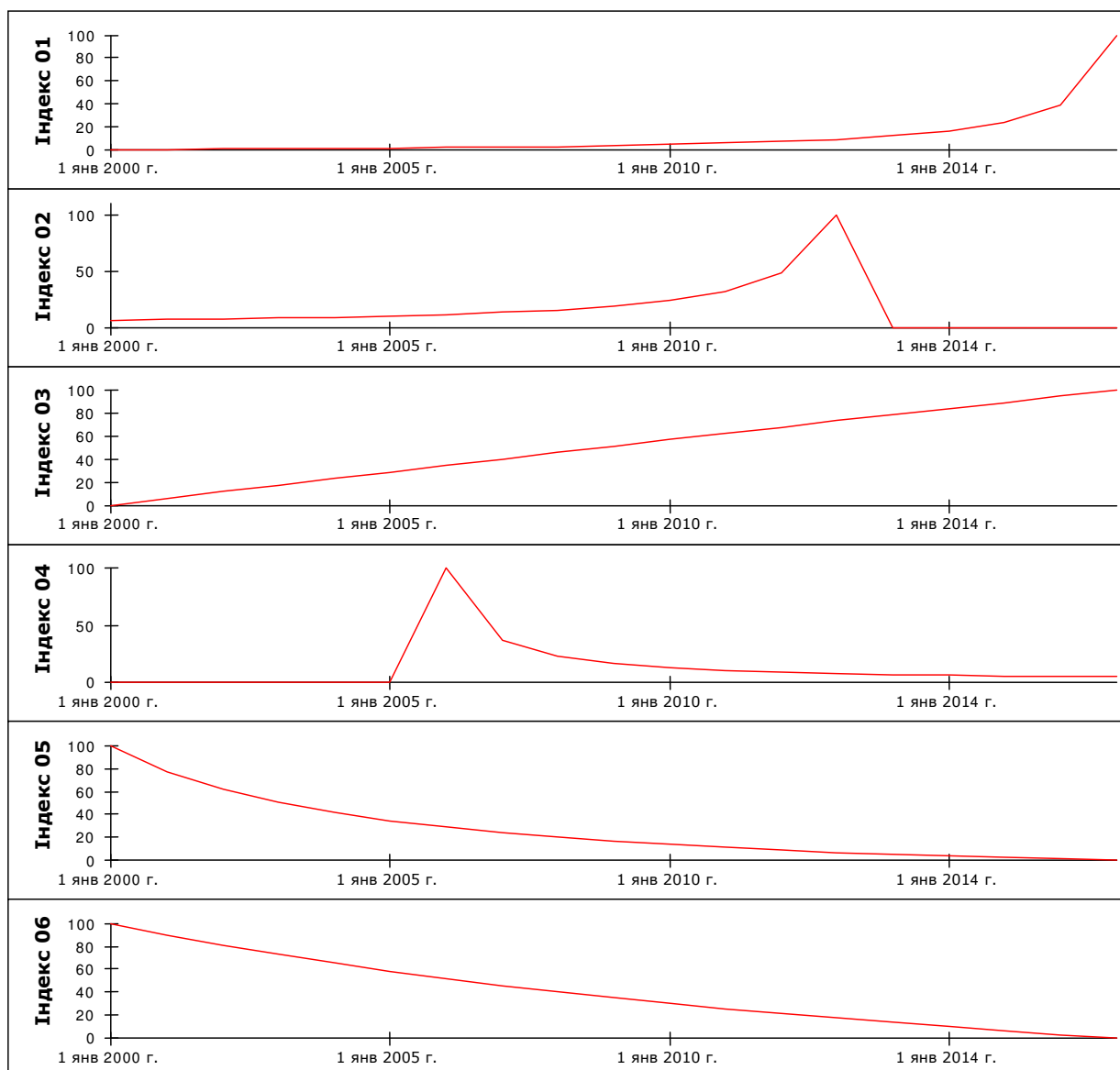


Рисунок Н.2 – Моделювання рівня соціальних індексів, що впливають на значення КСВ

Продовження додатка Н

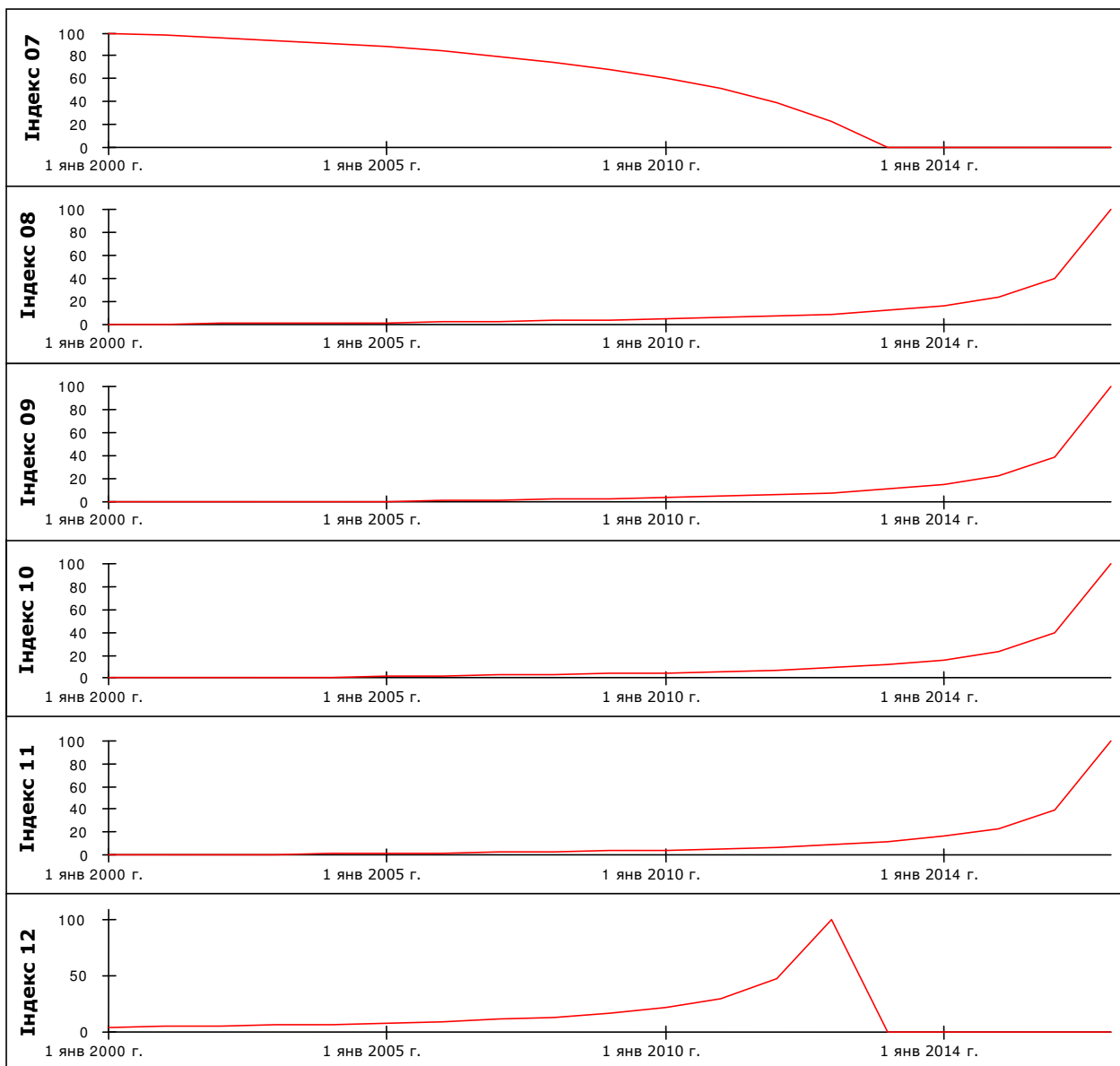


Рисунок Н.3 – Моделювання рівня економічних індексів, що впливають на значення КСВ

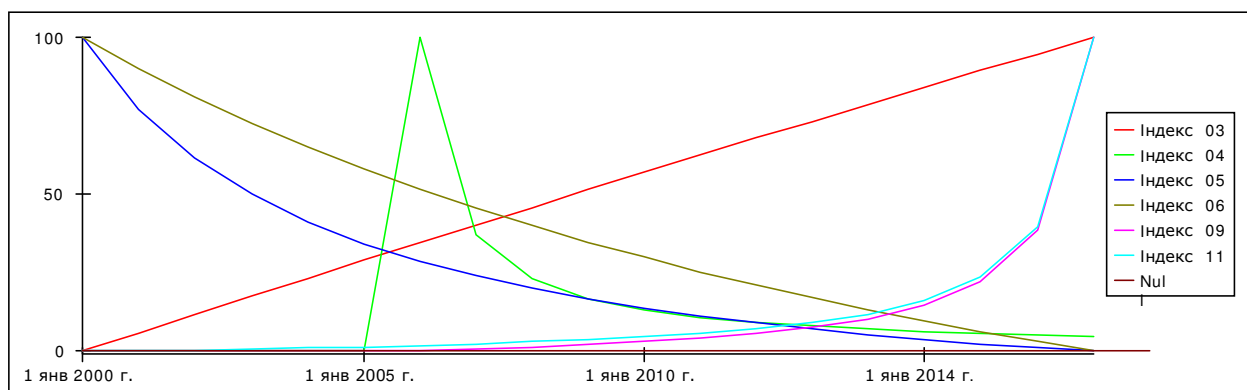


Рисунок Н.4 – Зведена система економічних індексів

Продовження Додатка Н

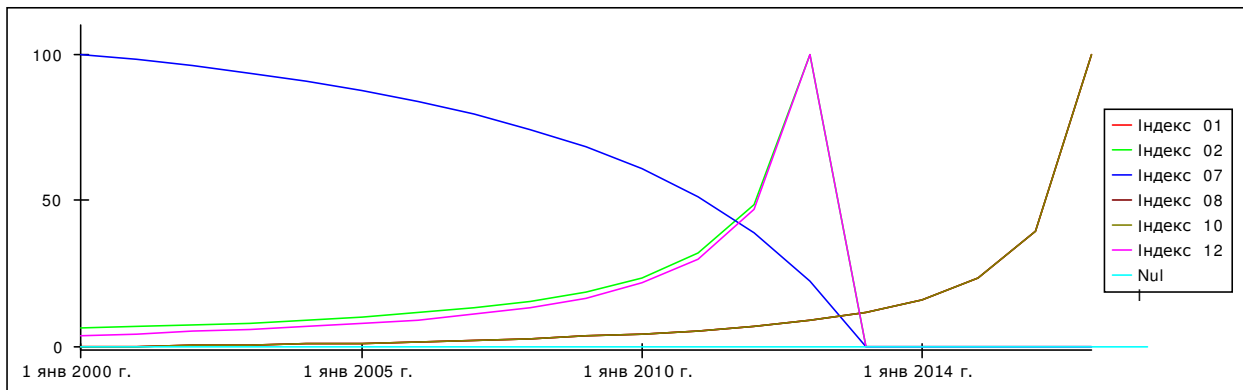
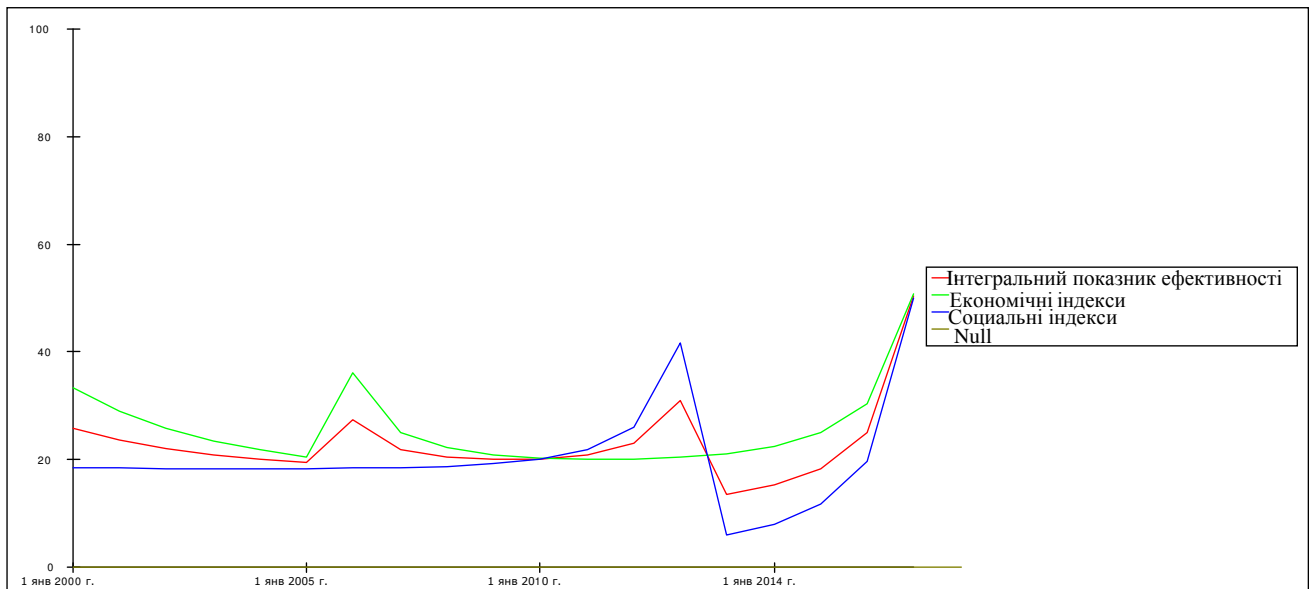


Рисунок Н.5 – Зведена система соціальних індексів

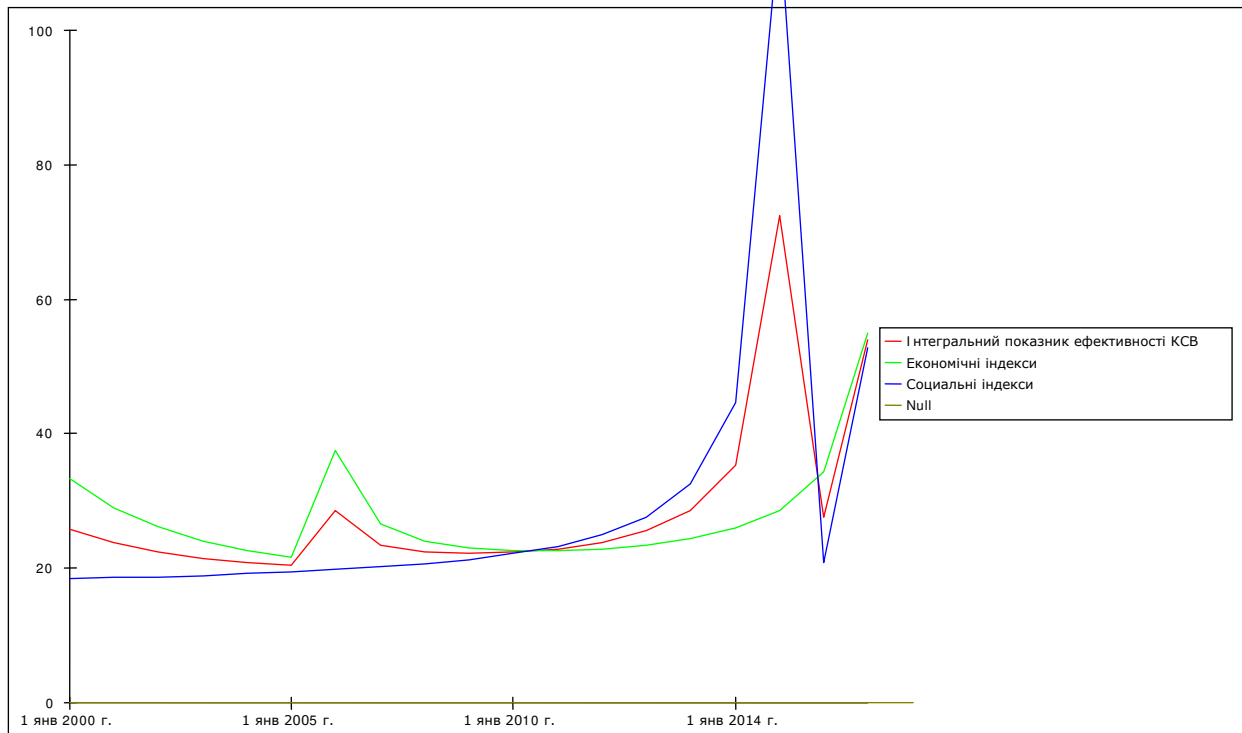


Забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

- ☒ Відсутність забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій
- ☐ Наявність забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

Рисунок Н.6 – Диференціальні криві: соціальний, економічний індекс та інтегральний показник ефективності КСВ за відсутності забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

Продовження Додатка Н



Забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

- ☐ Відсутність забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій
- ☒ Наявність забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

Рисунок Н.7 – Диференціальні криві: соціальний, економічний індекс та інтегральний показник ефективності КСВ за наявності забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій

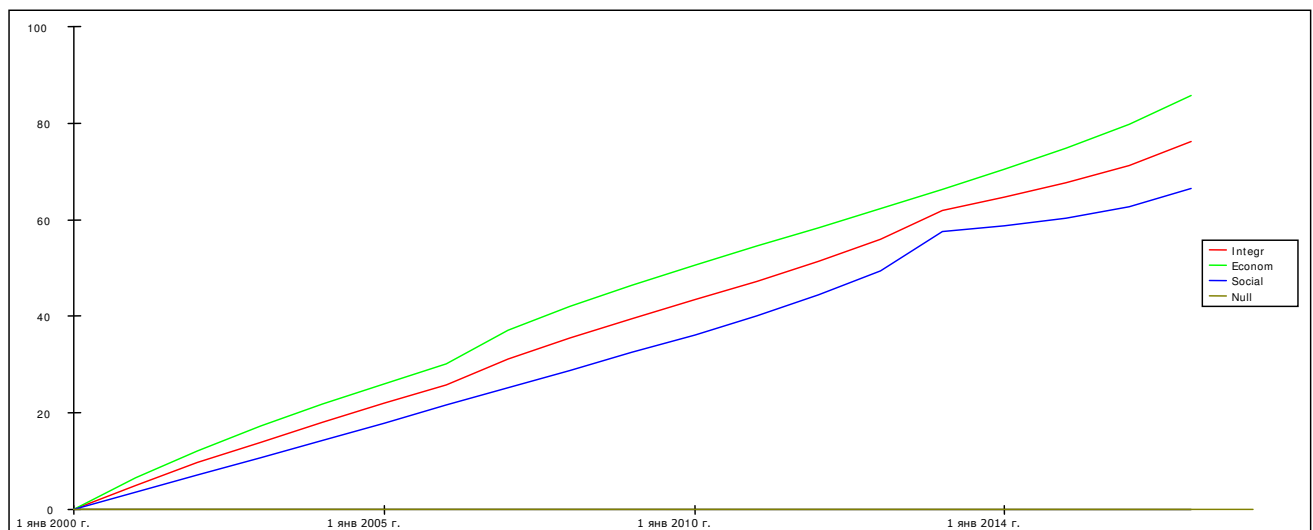


Рисунок Н.8 – Інтегральні (накоплені значення рівнів) криві: соціальний, економічний індекс та інтегральний показник ефективності КСВ за відсутності забезпечення державою необхідних законодавчих умов для прибутковості соціальних інвестицій

Закінчення Додатка Н

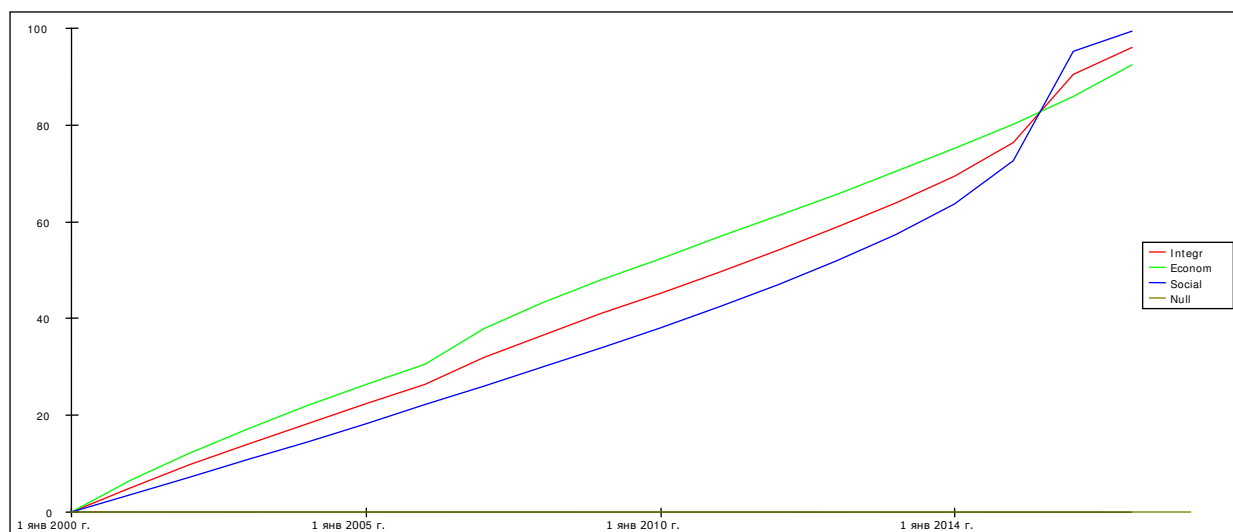


Рисунок Н.9 – Інтегральні криві: соціальний, економічний індекс та інтегральний показник ефективності КСВ за наявності забезпечення державою необхідних законодавчих рамок і умов для прибутковості соціальних інвестицій